

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Podnikatelský záměr pro založení firmy v oblasti autoopravárenství se zaměřením na zásobovací činnost

Business Plan for Establishment of a Company in the Field of Car Repairing with a Focus on Supply Operation

Student:

Petr Imrich

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Vlasta Humlová, Ph.D.

Ostrava 2015

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra podnikohospodářská

Zadání bakalářské práce

Student: **Petr Imrich**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R020 Ekonomika podniku

Téma: Podnikatelský záměr pro založení firmy v oblasti autoopravárenství se zaměřením na zásobovací činnost
Business Plan for Establishment of a Company in the Field of Car Repairing with a Focus on Supply Operation

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Vymezení teoretických východisek tvorby podnikatelského záměru
3. Identifikace podnikatelské příležitosti
4. Zpracování strategické analýzy a analýzy SWOT
5. Formulace podnikatelského záměru pro konkrétní subjekt
6. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, 2011. 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*. Praha: C. H. Beck, 2014. 275 s. ISBN 978-80-7400-507-7.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Vlasta Humlová, Ph.D.**

Datum zadání: 21.11.2014

Datum odevzdání: 07.05.2015



Ing. Josef Kašík, Ph.D.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Čestné prohlášení

„Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně.“

V Ostravě, dne 7.května 2015



Petr Imrich

Poděkování

Chtěl bych touto cestou poděkovat Ing. Vlastě Humlové, Ph.D. za cenné rady a nadstandardně příjemný lidský přístup při zpracování mé bakalářské práce. Dále chci poděkovat mámě, manželce a dcerám, že to se mnou zvládly a že mě podporovaly v mém studiu. Také děkuji za cenné rady kamarádovi Ing. Borisi Menšíkovi. Děkuji všem.

Obsah

1. Úvod	5
2. Vymezení teoretických východisek tvorby podnikatelského záměru	7
2.1 Definice malého a středního podnikání	7
2.2 Charakteristika podnikání, charakteristika podnikatele	7
2.2.1 Úloha podnikání	9
2.2.2 Role podnikatele	9
2.3 Podnik, cíle podniku, členění podniku	10
2.3.1 Cíle podniku	11
2.3.2 Členění podniku	11
2.4 Okolí podniku	12
2.5 Financování Malého a Středního Podnikání, jeho specifika, možnosti získání zdrojů při zahájení podnikání	14
2.5.1 Podpora MSP v ČR.....	15
2.6 Podnikatelský plán	18
2.6.1 Zásady při vypracování podnikatelského záměru:	19
3. Identifikace podnikatelské příležitosti	24
4. Zpracování strategické analýzy a swot analýzy.....	25
4.1 Definice poslání společnosti	25
4.2 Analýza makroprostředí A mikroprostředí	25
4.2.1 PEST analýza	25
4.2.2 SWOT analýza	33
5. Formulace podnikatelského záměru pro konkrétní subjekt	36
5.1 Popis společnosti	36
5.1.1 Základní údaje.....	36
5.1.2 Vedení společnosti.....	37

5.1.3	Forma společnosti.....	38
5.1.4	Postup založení.....	38
5.1.5	Místo podnikání.....	38
5.1.6	Princip prodeje a distribuce	39
5.2	Nabízené produkty a služby	41
5.2.1	Nabízené produkty a služby	41
5.2.2	Nabízené služby.....	42
5.2.3	Ceny a marže.....	42
5.3	Analýza trhu	44
5.3.1	Reálné vymezení trhu	44
5.3.2	Konkurenční prostředí	45
5.3.3	Dodavatelé.....	47
5.3.4	Zákazníci.....	48
5.3.5	Propagace.....	49
5.4	Finanční plán	49
5.4.1	Počáteční rozvaha	49
5.4.2	Účtování dlouhodobého majetku.....	51
5.4.3	Mzdy	52
5.4.4	Náklady	52
5.4.5	Bod zvratu	53
5.4.6	Výhled hospodaření společnosti	54
5.5	Rizika podnikatelského plánu.....	55
6.	Závěr.....	57
	Seznam použité literatury	59
	Seznam zkratk.....	61
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam příloh	

1. ÚVOD

Podnikání se vždy vyvíjelo a bude se rozvíjet v historickém kontextu. Každý zdravě sebevědomý podnikatel uznává, že je pouhým pokračovatelem svých předchůdců a staví základy pro budoucnost. Velmi poučná je např. historie amerického podnikatelského ducha, kterému američané vděčí za vznik a rozvoj USA.

Také Česká republika má bohaté podnikatelské tradice a může se pyšnit vynikajícími podnikatelskými osobnostmi. Podstatná je zkušenost, že často nelze pochopit a vysvětlit současný podnikatelský problém bez poznání historického kontextu.

Podnikání podobně jako management po dobu několika století nebylo považováno za vážnou oblast studia. V této souvislosti dominují dva důvody. V oblasti vědeckého bádání byla ekonomie považována za univerzální disciplínu, která je s to zkoumat a interpretovat všechny jevy související s ekonomickými aktivitami lidí. Teprve počátkem 20. století se z ní začaly vyčleňovat samostatné vědní disciplíny jako je například management aj. Dalším důvodem je fakt, že rozvoj podnikání dosáhl velkého rozměru na konci 20. století. Předtím dominovaly administrativní manažerské metody ve velkých podnicích. Podnikání probíhalo v malých, často rodinných podnicích s cílem hlavně přežít a na to stačil většinou „zdravý rozum“.

Cílem této práce je reálně zhodnotit a prověřit možnost založení firmy, která se bude zabývat zásobovací činností pro autoopravárny. Tento segment trhu je mi blízký a zajímá mě, jestli mé představy o úspěchu tohoto projektu jsou reálné. Tato práce bude s největší pravděpodobností v budoucnu použita jako podklad pro podnikání a bude přínosem v začátcích.

Druhou část této písemné části tvoří jasně definované pojmy, které souvisí s podnikáním a podnikatelským závěrem. Čtenáři zde naleznou definice malého a středního podnikání, charakteristiku podnikání, úlohu podnikání a roli podnikatele. Dále zde budou vysvětleny pojmy jako podnik, jeho členění a okolí, včetně možností

financování a možností podpory malého a středního podnikání. Závěrem tohoto oddílu bude popsán podnikatelský plán a zásady jeho tvorby.

V následující části je stručně popsána podnikatelská příležitost, zvláště pak motiv, který vedl k tomu, že je tato práce zpracována. Nechybí ani hrubý odhad prvotních nákladů projektu.

Čtvrtá část popisuje poslání společnosti. Další část je věnována analýzám prostředí. PEST analýza popisuje faktory, které na firmu působí v rámci širšího okolí a SWOT analýza prozkoumává síly v mikroprostředí, které působí na vznikající subjekt.

Pátou částí je konkrétní vypracování podnikatelského záměru pro danou firmu. V této části nechybí popis společnosti včetně uvedení konkrétních osob, které stojí za tímto projektem a jejich dosažených úspěchů. Dále jsou popsány nabízené produkty a služby, nechybí analýza trhu, včetně popisu konkurence, zákazníků. Předposlední popisovanou částí je finanční plán s modelací odhadovaného výkazu zisků a ztráty a analýzou rizik včetně reakcí na ně.

2. VYMEZENÍ TEORETICKÝCH VÝCHODISEK TVORBY PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU

2.1 DEFINICE MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ

Malé a střední podnikání (MSP) v České republice upravuje zákon č.47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání. Tento typ podnikání je definován na základě počtu zaměstnanců, ekonomické nezávislosti a celkovém obrátu firmy či hodnoty aktiv.

2.2 CHARAKTERISTIKA PODNIKÁNÍ, CHARAKTERISTIKA PODNIKATELE

Charakteristika podnikání

Už v roce 1725 francouzský ekonom Richard Cantillon (1680-1734) popsal a zavedl pojem „podnikatel“. Původně slovo francouzského původu „entrepreneur“ znamená v doslovném překladu „někoho, kdo jde mezi“ resp. „zprostředkovatel“ nebo „prostředník“. Cantillon vytvořil jednu z raných koncepcí pojmů podnikatel a podnikání. Jeho koncepce je postavena na předpokladu, že společnost se skládá ze tří společenských vrstev: vlastníci půdy, námezdní pracovníci a podnikatelé. Podnikatelé podle něj mají klíčovou roli v ekonomickém rozvoji, protože organizují výrobní faktory, přebírají odpovědnost a riziko v ekonomických aktivitách. Od osmnáctého století prošlo podnikání určitou diferenciací.

Schindlerová (2012), tvrdí, že v současné době se můžeme setkat se třemi druhy pojetí obsahu slova podnikání:

a) Podnikání jako činnost (proces)

Smyslem tohoto procesu je vytvoření něčeho navíc, což může být vyjádřeno finanční nebo nefinanční formou. Nositelem podnikání je podnikatel. Má společenský status, který je do určité míry modifikován zákony. Zda-li se zároveň jedná o profesi,

je předmětem diskuse s různými závěry. Některá pravidla podnikání a poslání podnikatele vymezují příslušné zákony. Podstata těchto pojmů v nich však vysvětlena není. O vysvětlení usiluje teorie podnikání. V ní jsou na základě teoretického poznání vytvořeny různé návody, itineráře, techniky a jiné nástroje sloužící k přispění podnikatelského úspěchu – tj. s použitím přiměřeného rizika, maximalizovat tvorbu přidané hodnoty.

b) Podnikání jako metoda (přístup)

Podnikání přerostlo svůj původní ekonomický význam a tiše proniká do jiných oblastí lidské činnosti. U člověka, který používá podnikatelský přístup, říkáme, že je podnikavý. Stále častěji je podnikavému člověku přisuzována speciální role s očekávaným chováním, tzn. vložení vlastních zdrojů, převzetí odpovědnosti a rizika a sklizení negativních výsledků v první řadě a pozitivních výsledků v poslední řadě. Znalost a dovednost podnikatelského přístupu se v rozvinutých zemích zařazuje mezi občanské kompetence.

c) Podnikání jako životní způsob

Každý člověk potřebuje ke svému životu a dokonce k přežití určité zdroje. Bez nich nemůže existovat a rozvíjet se. Tyto zdroje si může v podstatě opatřovat třemi hlavními způsoby:

- Prostřednictvím zaměstnání – zaměstnanecký způsob.
- Prostřednictvím podnikání – podnikatelský způsob.
- Prostřednictvím podpory – závislost na podpoře jiných.

Tyto tři základní způsoby se od sebe podstatně liší. Přejít mezi nimi je tudíž obtížný a neprobíhá automaticky, zaslouží si pozornosti. Vyžaduje sice určité znalosti, ale je ovlivněn především motivací, osobními vlastnostmi, ale také prostředím.

Obsahem podnikatelského životního způsobu je individuální přivlastňování potřebných zdrojů. Klade na člověka speciální nároky, jako převzetí odpovědnosti, rizika, vypořádat se s neurčitostmi aj., ale zároveň skýtá některé výhody a vymoženosti většího výdělku apod. Přejít na podnikatelský životní způsob je náročný a vyžaduje speciální přípravu.

2.2.1 ÚLOHA PODNIKÁNÍ

Význam podnikání pro ekonomický rozvoj

Ekonomická výkonnost (měřítkem je růst HDP), kvalita služeb, inovace, konkurenceschopnost. Podnikání je významným mimoekonomickým faktorem růstu - čtvrtý ekonomický zdroj vedle práce, půdy a kapitálu.

Význam podnikání pro sociální rozvoj

- Vytváření příležitostí (seberealizace, sociální mobilita).
- Tvorba nových pracovních míst.
- Příležitost pro uplatnění žen (v době mateřských povinností).
- Prostředek k integraci sociálních skupin (minority – národ. menšiny, imigranti).
- Generátor středního stavu (lidé soběstační, potřebují svobodu ekonomickou i politickou – záruka demokracie).

Význam podnikání pro personální rozvoj

Je možností celoživotní kariéry, skýtá široké možnosti kariérního rozvoje. Dává pocit nezávislosti vyplývající z faktu, že jsme vlastními pány. Umožňuje plánovat své podnikání a řídit svůj podnik dle vlastních představ. Příležitost pracovat v oblasti, která přináší skutečné uspokojení a osobní rozvoj, řeší negativní životní situace (nezaměstnanost, šikanování na pracovišti, společenské vytěsnění).

2.2.2 ROLE PODNIKATELE

Společnost očekává v každé pozici určité chování (člověk má svou roli). V roli podnikatele můžeme popsat způsob společensky nebo skupinově očekávaného chování člověka v daných pozicích.:

- Pracovní, vyplývající z realizace určitého druhu činností.
- Bezpodmínečnou, stanovenou zákonem nebo předpisy (Občanský zákoník, Zákon o korporacích a Živnostenský zákon).
- Sociální, tj. ve vztahu k jiným lidem atd.

Jünger (2007) ve svých skriptech Management a Podnikání I. uvádí, že z funkcionálního hlediska vykonává, nebo měl by vykonávat podnikatel šest hlavních rolí:

- a) **Vlastník** - majitel zdrojů podnikání, majetek chrání, usiluje o reprodukci a růst, rozhoduje o jeho pořízení, užití a rozdělování. Klíčová role podnikatele, nedá se naučit (buď je přijata či nikoliv)

Formální vlastník (de jure)

Reálný vlastník (de facto) = Formální vlastník nemusí v realitě přijmout roli reálného vlastníka.

- b) **Správce** - funkce této role je evidence, akvizice, ochrana, reprodukce a rozvoj podnikatelských zdrojů. Má činnostní charakter. S rozvojem podnikání se oddělila a profesionalizovala, zpravidla pod názvem "účetní nebo "ekonom".
- c) **Manažer** - zajišťuje cílevědomé podnikání a účelné využívání podnikatelských zdrojů. Dá se dále členit na plánovače (určuje cíle, strategie a taktiky jejich dosahování), organizátora (účinně uspořádává, organizuje zdroje), vedoucího (vede lidi) a kontrolora (zpětná vazba, zjišťování odchylek mezi plánovaným a reálným průběhem podnikání).
- d) **Leader (vůdce)** - formuluje strategii podnikání (účel, poslání a způsob naplňování) a usiluje o to, aby pro ni získal ostatní zúčastněné a zainteresované. Ovlivňuje postoje a názory jiných.
- e) **Prodejce** - směna završuje cyklus podnikání, je nenahraditelná. Podnikatel prodává sebe, firmu a produkt. Prodejní dovednosti patří mezi nezbytnou výbavu podnikatele.
- f) **Výrobce** – tento název je pouze symbolický. Přesněji by měla tato role být definována jako věčná stránka podnikání.

2.3 PODNIK, CÍLE PODNIKU, ČLENĚNÍ PODNIKU

Jedná se o funkčně a právně samostatný subjekt, zpravidla zakládáný a provozovaný podnikatelem za účelem dosahování podnikatelského zisku.

„Už z definice podnikání vyplývá jeho základní motiv a cíl, kterým je dosahování zisku. Pokud bude podnik realizovat zisk, pak je zřejmé, že poroste i jeho tržní hodnota (tedy cena, za kterou lze podnik prodat).“ Hyršová (2008, str. 10)

Každý podnik si lze představit jako určitý systém, jehož základní funkcí je přeměnit vstupy na výstupy (u výrobního podniku přeměnit suroviny, energie, práci

za pomoci strojů na výrobky, u banky přeměnit volné peníze v kapitál atd.), hovoříme o funkcích podniku.

2.3.1 CÍLE PODNIKU

- Ukazují, čeho chce podnik dosáhnout a jakým směrem se při své činnosti ubírá.
- Dávají základ pro podnikové plánování.
- Jsou zdrojem inspirace a motivace zaměstnanců.
- Jsou základem pro kontrolu chodu podniku a hodnocení činnosti podniku.

Primární cíl podniku

Primární cíl podniku byl **maximalizace zisku**. Základními ukazateli, charakterizujícími plnění tohoto cíle byly:

- Celkový zisk firmy.
- Později ukazatele rentability, např. ROI – výnosnost investic.

Postupným vývojem se primární cíl podniku – maximalizace zisku transformoval do:

- Ukazatele výnosnosti vlastního kapitálu (ROE).
- Ukazatele zisku připadající na 1 akcii (EPS).

Za základní neboli primární cíl podnikání je považována dlouhodobá maximalizace zisku a maximalizace tržní hodnoty podniku.

2.3.2 ČLENĚNÍ PODNIKU

Členění podniku podle vlastnicko-právní formy

a) Podniky jednotlivce - jde o (podnik FO.) Výhodou této formy je, že vlastníkem je jen jedna osoba a na založení firmy stačí i menší kapitál. Nevýhodou je obtížný přístup k tomuto kapitálu a životnost firmy závisí na délce života majitele. Má formu živnosti:

- Ohlašovací – řemeslné, vázané, volné.
- Koncesované – vykonávat lze jen na základě koncese (povolení).

b) Osobní společnosti – K vytvoření a vlastnění je potřeba více osob. Nejméně však dvě. Osoby se dělí o zisky a mají stejnou odpovědnost i za ztráty.

- Veřejná obchodní společnost.
- Komanditní společnost.

c) Kapitálové společnosti – Výhodou této formy, je ručení za závazky jen do výše svého vkladu.

- Společnost s ručením omezeným.
- Akciová společnost.

d) Družstva – společenství osob tuto organizaci vlastní a provozuje ne však za účelem zisku, ale chce dávat svým členům užitek. Podle obchodního zákoníku je družstvo společenstvím neuzavřeného počtu osob, založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních anebo jiných potřeb svých členů.

e) Veřejné (státní) podniky – vlastníkem je stát nebo územně správní celek nebo mohou být v tzv. smíšeném vlastnictví. Zajišťují některé důležité služby, jako např. pošta, rozhlas, správa silnic, vodní a železniční doprava atd. Služby však mohou být zajištěny i soukromými podniky.

f) Neziskové organizace - jako jsou např. :

- Rozpočtové organizace.
- Příspěvkové organizace.
- Občanská sdružení.
- Nadace.

Členění podle velikosti

Dle Evropské unie jsou podniky dle velikosti členěny na:

- Podnik jednotlivce (živnostník).
- Mikropodniky 1-10 zaměstnanců a obrat nepřesahuje 2 000 000 €.
- Malé podniky 11-49 zaměstnanců a obrat nepřesahuje 10 000 000 €.
- Střední podniky 50-250 zaměstnanců a obrat nepřesahuje 50 000 000 €.
- Velké podniky nad 250 zaměstnanců.

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

2.4 OKOLÍ PODNIKU

Podle systémové teorie, která vymezuje části okolí podniku se tento pojem přesněji nazývá „podstatné okolí“. Jde o okolí, které se daného systému (tj. zkoumaného a vymezeného) přímo dotýkají. Zjednodušeně jej můžeme chápat jako

faktory, které existují mimo podnik a působí na podnik. V současné době je okolím podniku de facto celý svět. Okolí působí na podnik, podnik může působit na okolí, vazba okolí k podniku je tedy oboustranná.

Prvky okolí podniku

Podstatné okolí podniku je užší a bývá charakterizováno následujícími prvky:

- **Přírodní zdroje** mají pro podnikatele velký význam, což vyplývá ze zvoleného předmětu podnikání. Podstatné okolí místné může být často i velmi vzdáleno, např. těžba nerostných surovin. (Důležitá je doprava v dané lokalitě.)
- **Rozvoj techniky a technologie** je hnacím motorem pro inovací výrobků a služeb.
- **Existence trhu výrobků a služeb** a jeho tlak na konkurenční schopnost jednotlivých podniků je rozhodujícím činitelem podstatného okolí.
- **Legislativní a právní normy** tvoří podstatné okolí každého podnikatele. Kromě obecně závazných zákonů a norem lze v každém odvětví a typu podnikání najít řadu vyhlášek a speciálních předpisů, která upravují dané podnikání. Jimi se stanovují pravidla a podmínky provozu, která v jiných oborech podnikání nejsou apod.
- **Životní úroveň a životní styl.** Z hospodářského koloběhu vyplývá, že postavení podniků a domácností tak jako životní úroveň a styl obyvatelstva mají vliv na každého podnikatele.
- **Tvorba a ochrana životního prostředí.** Této problematice je v současnosti věnována značná pozornost.
- **Finanční okolí podniku** má také svá pravidla. Těmito pravidly se řídí při zacházení se svými klienty bankovní domy. Můžeme zde zařadit daňové zákony a zákon o účetnictví.
- **Sociální faktory** jsou pro stát a podnikatele velmi významné. Stát do podnikání často vstupuje např. regulací cen. K sociálním faktorům je třeba přiřadit i okolí historické, kulturní, náboženské apod.
- **Politika** je vážnou součástí každého podnikání. Na rozhodování všech podnikatelských subjektů působí její proměnlivost a stabilita. Jsou to významné činitele.

2.5 FINANCOVÁNÍ MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ, JEHO SPECIFIKA, MOŽNOSTI ZÍSKÁNÍ ZDROJŮ PŘI ZAHÁJENÍ PODNIKÁNÍ

V počátcích podnikání je financování malých a středních podniků odkázáno na **osobní zdroje** – úspory podnikatele a půjčky od rodinných příslušníků a přátel.

Rozšířeným zdrojem financování MSP je rovněž **finanční leasing**.

Nejčastější zdroje financování MSP:

- Osobní úspory.
- Osobní půjčky (nepodnikatelské).
- Finanční leasing.
- Dotace z úřadu práce.
- Bankovní úvěry.
- Omezeně také vstup rizikového kapitálu do firmy (spíše u středních firem).

Rozdíl mezi bankovní půjčkou a rizikovým kapitálem

- **Bankovní půjčka** – vlastnická struktura podniku se nemění, banka do podnikání nevstupuje a odměnou je úrok, který se bance platí.
- **Rizikový kapitál** – při vstupu do firmy se vesměs mění vlastnická struktura firmy a může dojít ke změně v řídicích a rozhodovacích pravomocích. Odměnou je podíl na zisku, případně podíl ve firmě.

Obecné zdroje financování podnikání (platí pro velké podniky, ale i pro MSP):

vlastní zdroje:

- Vklady vlastníků.
- Nerozdělený zisk.
- Odpisy.
- Výnosy z prodeje a likvidace dlouhodobého majetku a zásob.

cizí zdroje:

- Úvěry.
- Půjčky.
- Leasing (operativní, finanční, zpětný).

- Faktoring (odkup pohledávek bez zajištění).
- Forfaiting (odkup zajištěných pohledávek např. bankovní zárukou, směnkou).
- Tiché společenství.

Cizí zdroje se dle doby splácení člení na **krátkodobé** (krátkodobá účelová půjčka, kontokorentní úvěr, lombardní úvěr) a **dlouhodobé** (dlouhodobé úvěry, dluhopisy, obligace).

2.5.1 PODPORA MSP V ČR

Podpora podnikání směřuje jak do finanční oblasti tak do odstraňování bariér podnikání. Jde o zlepšování podmínek podnikání a jeho prostředí (příznivé daňové prostředí, snižování administrativní zátěže).

Z hlediska poskytovatele můžeme podporu dělit na dvě základní skupiny:

- Komerční (placené služby – daňové, účetní, právní poradenství).
- Nekomerční (státní zdroje, soukromé zdroje, zdroje EU).

Státní podpora MSP

MSP se v ČR dostalo první významnější pozornosti v roce 1992, kdy byl přijat zákon č. 299/1992 Sb., o státní podpoře MSP. Jeho hlavním účelem je usnadňovat zakládání MSP a zlepšovat jejich postavení prostřednictvím podpůrných institucí.

Podmínky podpory dle zákona – MSP, které mají sídlo na území ČR, zaměstnávají méně než 500 zaměstnanců a nejsou z oblasti zemědělské a lesnické prvovýroby.

Formy podpory dle zákona – přímá finanční pomoc (adresné finanční příspěvky na konkrétní projekty), nepřímá podpora (vytváření nových pracovních míst, hospodářský rozvoj jednotlivých oblastí, poskytování poradenství).

Formy finanční státní podpory MSP:

- Úvěry se sníženou úrokovou sazbou.
- Návrtné finanční výpomoci.
- Dotace.
- Záruky za bankovní úvěry, leasing a návrhy na účast v obchodní veřejné soutěži.

Státní podpora exportu – Česká exportní banka – specializovaná instituce pro státní podporu vývozu (poskytování a financování vývozních úvěrů a služeb s vývozem souvisejících).

Klíčové vládní instituce – finanční prostředky pro podporu MSP jsou ze státního rozpočtu uvolňovány do rozpočtů odpovědných ministerstev:

- Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR – hlavní správce podpor (plošné programy).
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (regionální programy).
- Ministerstvo financí ČR.

Další instituce

podporou MSP se zabývá také:

- Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB).
- CzechInvest – agentura pro podporu podnikání a investic.
- Vědeckotechnické parky (VTP).

Českomoravská záruční a rozvojová banka

poskytuje finanční podporu z prostředků státu i z prostředků strukturálních fondů EU, pokud žadatel splní stanovené podmínky. Na programy podpory není právní nárok. Veškeré potřebné informace jsou žadatelům k nahlédnutí na webových stránkách www.cmzrb.cz.

Podmínky k získání podpory:

- Je přesné definování a obhajoba podnikatelského záměru.
- Žadatel nesmí mít žádné nevyřízené závazky (mzdy, FÚ, ČSSZ, zdravotní pojištění).
- Na firmu nesmí být prohlášen konkurs

Hlavní programy podpory ČMZRB

- **program START** – program podpory začínajících podnikatelů (podpora v realizaci podnikatelských záměrů podnikatelů vstupujících do podnikání poprvé nebo s delším časovým odstupem ve formě bezúročných úvěrů – až do 90% celkových nákladů na projekt s dobou splatností až 6 let),

- **program KREDIT** – program podpory MSP v počátečním stádiu rozvoje (zvýhodněné investičně zaměřené úvěry pro realizaci rozvojových podnikatelských projektů MSP, pro které je bariérou nižší vlastní kapitál jako záruka pro získání externího financování).
- **program PROGRESS** – podpora dynamicky se rozvíjejících MSP (podpora ve formě podřízených úvěrů posilujících kapitálové vybavení MSP, které umožňuje realizaci rozsáhlejších podnikatelských projektů – až do výše 50% celkových nákladů na projekt se splatností až 9 let a odkladem splátek až 5 let).
- **program ZÁRUKA** – podpora přístupu k bankovním úvěrům, k rizikovému a rozvojovému kapitálu ve formě zvýhodněných bankovních záruk, záruk za návrhy do obchodních veřejných soutěží a záruk za provozní úvěry s cílem usnadňovat realizaci podnikatelských projektů zaměřených na investice a zvyšovat konkurenceschopnost MSP.

Komunikace MSP s bankou

MSP hospodaří s penězi stejně jako velký podnik, přesto v oblasti výběru a komunikace s bankou má těžší pozici – vystupuje v pozici drobného klienta a bývá kapitálově slabý. Výběr konkrétní banky ovlivňuje celá řada faktorů, které musí podnikatel předem zhodnotit:

- Kriteria banky pro získání úvěru (nejdůležitější faktor pro MSP).
- Zda je banka zaměřená spíše na menší či větší podniky.
- Dostupnost pobočky banky, otevírací doby.
- Ceny jednotlivých služeb (poplatky, úroky).
- Rizika a záruky (ručení třetí osobou, směnkami či jinými cennými papíry).
- Rozsah nabízených a využitelných služeb.
- Styl komunikace (internetové bankovníctví, osobní kontakt).

Žádost o úvěr

zejména pro MSP je vyřízení poměrně dlouhodobou záležitostí, nutno začít s vyřizováním včas. Bance je nutné poskytnout dostatek podkladů, nezbytností jsou účetní výkazy za poslední 2 až 3 roky. Důležitým faktorem je výše úvěru a konkrétní účel jeho použití.

Získání úvěru od banky je limitováno nejen historií klienta, ale také jeho bonitou.

Hodnocení bonity MSP

Před podáním žádosti o úvěr by měl každý podnikatel provést vlastní finanční analýzu a přepočty hlavních finančních ukazatelů definujících jeho bonitu.

Dle serveru finance.cz je bonita podnikatele parametrem pro poskytnutí úvěru a zvláště pak pro výši úrokové sazby. Nutno ale říci, že různé banky mají vlastní metodiky a formy komunikace s klienty.

Podpora podnikání:

- ČMZRB
- CzechInvest
- Česká exportní banka
- Podnikatelské inkubátory
- Vědeckotechnické parky
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

2.6 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Srpová (2011, str. 14) ve své knize Podnikatelský plán a strategie cituje Orlíka (2011), který definuje podnikatelský plán takto:

„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.“

Charakteristika podnikatelského záměru

Základní funkcí managementu je plánování. Dalšími ne méně důležitými funkcemi jsou vedení, organizování a kontrola. Jde vlastně o rozhodování o budoucnosti firmy. Obsah podnikatelského záměru tvoří určování cílů společnosti, způsobu jejich dosažení a výběru prostředků pro tuto realizaci. Tvorba

podnikatelského záměru patří k významným aktivitám. Pomáhá podnikateli nebo společnosti najít smysl a zaměření podnikání.

Je to dokument, který pokrývá všechny aspekty podnikání. Podnikatelská idea je konvertována do nových cílů a dokazuje, že jich lze dosáhnout. Podnikatelský záměr by měl být zpracován nejen na začátku podnikání, ale měl by být modifikován při každé plánované změně v životě společnosti. U malých a středních podniků bývá absence strategického plánování a podnikatelského záměru vůbec. Tím se odlišují od velkých společností.

Mnoho podnikatelů žije v představě, že pokud nepotřebují cizí zdroje, je zbytečnost vypracovat podnikatelský záměr. Díky absenci tohoto dokumentu ovšem nejsou připraveni na nástrahy podnikání a v případě odchylky od jejich stanovených cílů nejsou schopni pružně reagovat na dané aspekty.

Podnikatelský záměr by měl obsahovat jak krátkodobé tak i dlouhodobé cíle, popis nabízených produktů či služeb a jim odpovídající předpokládané tržní příležitosti pro ně a konečně objasnění zdrojů a prostředků nezbytných k jejich realizaci v prostředí reálné konkurence. Samozřejmě, že příprava podnikatelského záměru není jednoduchá. Nicméně tato investice je návratná.

2.6.1 ZÁSADY PŘI VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU:

Podnikatelský záměr má mnoho účelů. Jeho sestavení by nemělo být opomenuto hlavně na začátku podnikání. Je důležitým dokumentem při získávání finančních zdrojů, investorů a obchodních partnerů. Bývá také nazýván manažerským programem pro otevření podniku a jeho ziskový provoz.

K zásadám patří:

- **Srozumitelnost** – formulace mají být jednoduché, bez cizích slov a velkého množství adjektiv.
- **Stručnost** – ke stručnému vyjadřování lze použít tabulky, grafy.
- **Reálnost** – použité údaje by měly být pravdivé, založené na spolehlivých informacích.
- **Spolupráce** – pro správnou efektivitu by měl na něm pracovat větší počet lidí (tým).

Obsah podnikatelského záměru

Obsahuje hlavní výsledky plánování, které jsou modifikovány účelem, k němuž má podnikatelský záměr sloužit. Obsah podnikatelského záměru musí být takový, aby poskytl jak podnikateli, tak i případnému investorovi veškeré ucelené informace podniku a jeho provozu. Záměr určuje směr, jímž by se mělo podnikání ubírat po dobu minimálně prvních tří let, mnohdy i déle.

Posláním podnikatelského záměru je:

- Přenést myšlenky do písemné formy.
- Zajistit financování záměru.
- Sledovat vývoj podnikání.

Pro vypracování podnikatelského záměru se nabízí několik různých forem, ale informace v něm obsažené jsou v podstatě obdobné. V podnikatelském záměru bychom měli nalézt např. informace o vývoji trhu a odvětví, popis podniku, výrobní plán, marketingový plán, organizační plán, hodnocení rizik, finanční plán, různé přílohy apod.

Postup zpracování podnikatelského záměru

Plánování je postup zjišťování a zpracování informací a konečně sestavování plánu, v tomto případě, podnikatelského záměru. Neexistuje nějaký normativní postup. Postup vypracování podnikatelského záměru obsahuje zpravidla kroky, které jsou provázeny, příslušným rozhodovacím procesem:

- Musí existovat motiv spojený s očekáváním.
- Analýza sebe (podniku).
- Výběr produktu (služeb).
- Průzkum a analýza trhu.
- Předpověď obratu.
- Výběr sídla podniku.
- Výrobní plán.
- Marketingový plán.
- Organizační plán.
- Personální plán.

- Účetní plán.
- Administrativní plán.
- Finanční plán.
- Vypracování dokumentu podnikatelského záměru.

Podnikatelský plán

- Charakteristika produktu (služeb), které jsou náplní projektu, a jejich specifických vlastností a předností vzhledem ke konkurenci.
- Popis trhů, na kterých se chce firma uplatnit, a distribučních cest, kterých hodlá využít k dosažení těchto trhů.
- Strategické zaměření firmy na období příštích 3 – 5 let včetně jejich dlouhodobých cílů, způsobů dosažení těchto cílů i uvedení fáze podnikatelské činnosti, ve které se firma nachází.
- Zhodnocení manažerských zkušeností a kvality klíčových pracovníků ve vztahu k danému projektu.
- Finanční aspekty zahrnující odhady zisku v následujících 3 – 5 letech, velikost potřebného kapitálu, účel jeho použití a očekávaný roční výnos pro poskytovatele kapitálu.

Charakteristika firmy a jejích cílů:

Historie firmy

Důležité charakteristiky produktů či služeb, přičemž je třeba specifikovat jejich současnou fázi (výzkum a vývoj, či již uvedení na trh) a dobu životnosti, kdo je či bude jejich uživatelem a jaké výhody mu budou z uplatnění těchto produktů či služeb vznikat, jaké klíčové faktory rozhodují o jejich úspěchu, jaké jsou jejich jedinečné rysy, které rozhodují o konkurenční pozici, a srovnání těchto rysů s konkurencí, jaké nové produkty připravuje konkurence, ap.

Sledované cíle, zahrnující jednak základní strategické cíle, kterých se firma snaží realizací daného projektu dosáhnout, jednak specifické cíle jednotlivých oblastí firmy (např. uspokojení poptávky a postavení firmy na trhu, kvalita produkce, sociální oblast, ochrana životního prostředí, finanční stabilita firmy, ap.). Cíle musí být reálné a vyjádřené v konkrétní formě, na dobu 2 – 5 let.

Organizace řízení a manažerský tým:

Organizační schéma s jasným vymezením pravomoci a odpovědnosti:

- Charakteristika klíčových vedoucích pracovníků z hlediska jejich role, věku, zkušeností, dosažených výsledků (prokázat kompetentnost).
- Politika odměňování a způsobu zainteresovanosti klíčových pracovníků
- vymezení dlouhodobých záměrů a cílů klíčových manažerů včetně jejich vztahu k vlastnictví firmy.
- Stanovení klíčových řídicích pozic, které musejí být obsazeny v budoucnu se specifikací požadovaných dovedností a zkušeností (firma demonstruje schopnost plánovat rozvoj podnikatelské činnosti).
- Základní přístup k řízení firmy – (např. centralizace, decentralizace), informační systém pro řízení a jeho budoucí vývoj.

Přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie projektu, týkající se:

- Výrobního programu, resp. poskytovaných služeb, tvořících náplň projektu.
- Analýzy trhu a tržní konkurence.
- Marketingová strategie.
- Velikosti výrobní jednotky, technologie, výrobního zařízení a základních materiálů.
- Umístění výrobní jednotky.
- Pracovních sil.
- Finančně-ekonomických analýz.
- Analýzy rizika projektu.

Shrnutí a závěry:

- Shrnutí základních aspektů, rozvedených v jednotlivých oddílech tohoto plánu.
- Časový plán realizace projektu.
- Zaměřit se především na celkové strategické zaměření projektu s uvedením:

Koordinace všech jeho aspektů tak, aby byly splněny dlouhodobé cíle firmy. Zdůvodnění očekávaného úspěchu projektu se zvláštní pozorností na přínos manažerského týmu k tomuto úspěchu. Uvedení jedinečných rysů firmy stanovení požadavků na kapitálové zajištění projektu a procentní podíl vlastnictví firmy v rukou jejích zakladatelů

Přílohy:

Množství příloh záleží na konkrétním případě. Měly by obsahovat např. životopisy, výpisy z obchodního rejstříku, výkresy výrobků, výkazy zisku a ztráty atd. Pokud je stran mnoho, mohou se některé podklady uvést v seznamu a připojit k příloze s poznámkou, že jsou k dispozici.

Požadavky na podnikatelský plán

- Stručnost a přehlednost (max. 50 stránek).
- Jednoduchost (nezacházet do technických a technologických detailů).
- Demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele, resp. zákazníky (investoři oceňují tržně orientovanou podnikatelskou činnost).
- Orientovat se na budoucnost, tj. ne na to, čeho již firma dosáhla, ale na vystižení trendů, zpracování prognóz a na jejich využití k charakteristice toho, čeho má být dosaženo.
- Být co nejvěrohodnější a realistický (např. otevřené hodnocení konkurence zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu).
- Nemá být příliš optimistický ani pesimistický z hlediska tržního potenciálu
- Nezakrývat slabá místa a rizika projektu.

3. IDENTIFIKACE PODNIKATELSKÉ PŘÍLEŽITOSTI

Identifikace podnikatelské příležitosti je v současné, krizí se zmítající společnosti, jedna ze zásadních otázek, kterými se začínající i stávající podnikatelé zabývají téměř neustále.

Cílem této práce je prozkoumat všechny aspekty ovlivňující vybudování obchodní společnosti, která bude zásobovat svými produkty primárně oblast autoopravárenství.

Zdrojem nápadu k využití této podnikatelské příležitosti byla, po více jak desetileté spolupráci s dodavatelem prémiových výrobků v oblasti zásobování v segmentu autoopravárenství, nespokojenost s personální politikou a systémem odměňování.

Silnou motivací je také bývalou společností uveřejňovaný hrubý zisk ve výši více jak 60 % z reálných tržeb.

Vzhledem ke zkušenostem a měsíčnímu obratu jednoho schopného obchodního zástupce cca. 400.000 až 500.000 Kč měsíčně, při vstupní investici uvedené v tabulce 3.1, se tato příležitost vzhledem k potencionálním ziskům jeví jako životaschopná a bude dále prozkoumána.

Tab. 3.1 Odhadovaná prvotní investice

Odhadovaná hodnota investic	
Položka	Hodnota v Kč
Osobní automobil	360 000
Foto vybavení	70 000
Vybavení skladu	40 000
Kancelářské vybavení	70 000
celkem:	540 000

Zdroj: vlastní zpracování

4. ZPRACOVÁNÍ STRATEGICKÉ ANALÝZY A SWOT ANALÝZY

4.1 DEFINICE POSLÁNÍ SPOLEČNOSTI

Závazkem společnosti, bude dodávat takové produkty, které budou usnadňovat a zdokonalovat práci zákazníkům tak, aby měli čas na podstatné věci, tedy na sebe a svou rodinu.

Dosáhnout toho chceme týmem dokonale školených obchodních zástupců a širokým portfoliem výrobků s důrazem na jejich kvalitu a inovaci.

4.2 ANALÝZA MAKROPROSTŘEDÍ A MIKROPROSTŘEDÍ

Autor Philip Kotler, et al (2007, str.130) ve své knize Moderní marketing definují **makroprostředí** jako „Širší společenské síly, které ovlivňují celé mikroprostředí – demografické, ekonomické, přírodní, technologické, politické a kulturní faktory.“

Mikroprostředí Philip Kotler, et al (2007, str.130) definuje jako „síly blízko společnosti, které ovlivňují její schopnost sloužit zákazníkům – společnost, distribuční firmy, zákaznické trhy, konkurence a veřejnost, které společně poskytují systém poskytování hodnoty firmy.“

Pro tento projekt byla jako analýza makroprostředí vybrána PEST analýza, která je popsána v bodě 4.2.1. Pro analýzu mikroprostředí byla vybrána SWOT analýza popsána v bodě 4.2.2.

4.2.1 PEST ANALÝZA

Pest analýza je jedna z analýz, která pomáhá pochopit podstatu makroprostředí. Snaží se o široký náhled spojený s faktory, které nejsou v silách podnikatele přímo ovlivnit.

a) Politické (politicko-právní) faktory

Každá společnost s ručením omezeným působící na území České republiky je povinna řídit se obecně platnými právními předpisy, které jsou zveřejněny na portálu veřejné správy a mezi které v konkrétně posuzovaném projektu patří:

- **Zákon č. 89/2012 Sb.**, Občanský zákoník – v hlavě II, dílu 5 tohoto zákona se přesně vymezují základní pojmy, jako jsou podnikatel, obchodní firma, sídlo podnikatele a zároveň upravuje povinnosti mezi podnikatelem, zástupcem a okolím.
- **Zákon č. 90/2012 Sb.**, zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) – zabývá se úzce vymezeným okruhem právnických osob, upravuje základní podmínky fungování obchodních korporací – od jejich založení, přes rozložení vnitřní struktury orgánů, odpovědnosti členů těchto orgánů, činnosti v rámci koncernů až po jejich zrušení.
- **Zákon č. 586/1992 Sb.**, zákon České národní rady o daních z příjmů. Tento zákon zpracovává příslušné předpisy EU a v souladu s nimi stanovuje velikost zisku, kterou je podnikatel povinen odvést do státního rozpočtu.
- **Zákon č. 563/1991 Sb.**, zákon o účetnictví. Tento zákon stanoví v souladu s právem Evropské unie rozsah a způsob vedení účetnictví, požadavky na jeho průkaznost a podmínky předávání účetních záznamů pro potřeby státu.
- **Předpis č. 500/2002 Sb.**, vyhláška, kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, které jsou podnikateli účtujícími v soustavě účetnictví
- **Zákon č. 16/1993 Sb.**, zákon České národní rady o dani silniční
- **Zákon č. 262/2006 Sb.**, zákoník práce, vymezuje vztahy na pracovišti a to mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem.
- **Zákon č. 338/1992 Sb.**, o dani z nemovitosti a ve znění pozdějších předpisů.

Vzhledem k tomu, že se očekává, že společnost bude mít obrat vyšší, než milión korun, bude tedy povinna i k dani z přidané hodnoty a bude se muset řídit

- **Zákon č. 235/2004 Sb.**, o dani z přidané hodnoty.

Díky předmětu svého podnikání, a tím jsou chemické látky a přípravky bude nutné se řídit těmito zákony a nařízeními:

- **Zákon č. 350/2011 Sb.** Zákon o chemických látkách a chemických směsích a o změně některých zákonů (chemický zákon)

Dále je potřeba se řídit právem Evropské unie uveřejněných na stránkách eur-lex.europa.eu a to:

- **Nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1272/2008** o klasifikaci, označování a balení látek a směsí, o změně a zrušení směrnic 67/548/EHS a 1999/45/ES a o změně nařízení (ES) č. 1907/2006
- **Nařízením komise (EU) č. 453/2010** kterým se mění nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006 o registraci, hodnocení, povolování a omezování chemických látek (REACH)

Do 1.6.2015 je povinností se stále ještě řídit

- **Nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006** o registraci, hodnocení, povolování a omezování chemických látek (REACH).

Kromě těchto nařízení je vzhledem k tomu, že je plánováno i značení chemických látek a směsí pod vlastní značkou, tak je potřeba ještě naplnit literu těchto zákonů:

- **Zákon č. 185/2001 Sb.**, zákon o odpadech a o změně některých dalších zákonů
- **Zákon č. 477/2001 Sb.**, zákon o obalech a o změně některých zákonů (zákon o obalech)

V případě, že by bylo podnikání extrémně úspěšné a bylo by potřeba skladovat větší množství chemických látek (tuny), je potřeba se řídit ještě:

- **Zákonem č. 59/2006 Sb.**, zákon o prevenci závažných havárií způsobených vybranými nebezpečnými chemickými látkami nebo chemickými přípravky a o změně zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 320/2002 Sb., o změně a zrušení některých zákonů v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů, ve znění pozdějších předpisů (zákon o prevenci závažných havárií).

V první fázi je pouze nutné protokolárně zaznamenat množství chemických látek a mít protokol k dispozici pro kontrolu ze strany úřadů, tzv. „Protokol o nezařazení objektu nebo zařízení do skupiny A nebo skupiny B.“

Všechny zákony a nařízení jsou méně či více často měněny. Je proto nezbytné sledovat změny ve všech oblastech.

b) Ekonomické faktory

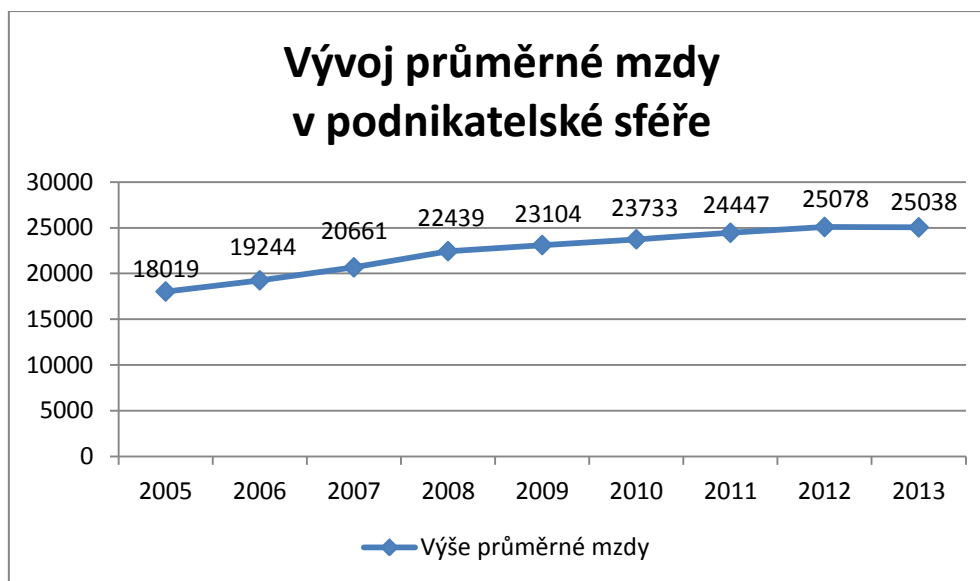
Je jasné, že společnost i-trade, s.r.o. musí sledovat podstatné ekonomické faktory z důvodu vývoje obrátu, předjímat rozhodnutí ohledně nákupu a stanovení prodejních cen. Na druhou stranu, vzhledem k specifičnosti oboru se dá předpokládat, že nebude docházet k nějakým razantním výkyvům v prodeji, neboť cílový segment zákazníků není zcela závislý na spotřebitelských cenách, ale spotřebitelé jsou právě díky odbornosti a vzdělání závislí na partnerech i-trade, s.r.o..

Mezi nejčastěji sledované makroekonomické ukazatele, jenž ovlivňují okolí firmy patří:

- **Hrubý domácí produkt** se neustále vyvíjí. Je žádoucí, aby stále rostl, neboť signalizuje, že celková hodnota statků vytvořených na území České republiky vzrostla, hlavně díky tomu se zvyšuje poptávka po produkci firem, rostou tržby a zákazníci se nebojí nakupovat.
- **Míra inflace** je vyjádřena přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen a vyjadřuje procentní změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců proti průměru dvanácti předchozích měsíců. S mírou inflace souvisí úrokové sazby a jejich pohyb. Česká národní banka se snaží zamezit růstu inflace tím, že zvyšuje úrokové sazby komerčním bankám, které toto zvýšení promítají do zvýšení úroků z úvěru.

- **Výše úrokové sazby** je přímo závislá na míře inflace, se stoupající inflací stoupají úrokové sazby a tím pádem se navyšují i nákladové úroky. Zároveň stoupají také prodejní ceny.
- **Podíl nezaměstnaných osob** vyjadřuje podíl uchazečů o zaměstnání ve věku 15 – 64 let ze všech obyvatel této věkové skupiny. Centrální evidenci o počtech neumístěných uchazečů o zaměstnání ve věku 15 - 64 let evidovaných na úřadech práce vede Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR. Jmenovatelem je v tomto případě počet ekonomicky aktivních osob, statisticky zpracováván v demografické statistice ČSÚ. V současnosti je tento podíl dle ČSÚ k 1.3 2015 na hodnotě 7,2 %. Tento ukazatel plně nahrazuje dříve známou míru nezaměstnanosti. Jednoduše se dá říct, že čím vyšší je procento tohoto ukazatele, tím větší se dá předpokládat zájem o volnou pracovní pozici. S tím je spojen systém ohodnocování ve firmách. Čím vyšší procento, tím nižší mzda bude s největší pravděpodobností akceptována ze strany uchazeče o zaměstnání. Samozřejmě mzda nesmí klesnout pod zákonný rámec při týdenní 40 hodinové pracovní směně, kterým je v současné době částka 9 200 Kč, nebo 55 Kč za hodinu.
- **Vývoj mezd.** Graf 4.1 popisuje vývoj mezd v podnikatelské sféře v letech 2005 – 2013.

Obrázek 4.1 Graf vývoje mezd v podnikatelské sféře



• Zdroj: ČSÚ

Mzdy vždy patřily k zásadním motivačním prvkům smluvních vztahů mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem. Dá se říct, že na základě ochoty zaměstnavatele vyplatit vyšší mzdu zaměstnanci, si zaměstnavatel nejen může vybírat z většího počtu uchazečů o místo v jeho firmě, ale dá se předpokládat, že zaměstnanci budou více loajální vůči zaměstnavateli a náklady investované do jejich zaškolení nebudou po čase utopeny díky fluktuaci zaměstnanců. Samozřejmě ochota zaplatit se musí opírat o dobrou ekonomickou stabilitu firmy.

c) Sociální faktory

V sociálních faktorech se často posuzuje demografická stránka dané země (jaký byl počet obyvatel za sledované období atd.), hustota osídlení, životní úroveň, vzdělanost lidí, nákupní zvyklosti kupujících apod. Společnost bude v roli dodavatele a bude dodávat pouze profesionálním uživatelům. Princip prodeje je založen na vysoké technické znalosti jednotlivých prodejců a jejich ochotě se učit. Je proto velmi důležité získat a hlavně si udržet kvalitní a loajální pracovníky.

Dá se říci, že život firmy ovlivňují tyto sociální faktory:

- Zájem ze strany mládeže o učňovský obor automechanik.
- Nejlépe rostoucí demografická křivka spojená s nárůstem počtu vozidel na osobu.
- Pro výběr zaměstnanců pak se jeví jako důležitá vzdělanost a příkladný vzor rodičů k hodnotám, vzdělání a práci.

d) Technologické faktory

Úspěch bez lidí si stále nedokážeme představit. Dá se ale tvrdit, že v dnešní době by lidé bez technologií nemohli být úspěšní.

Uvědomíme-li si, že například počet aktivních SIM karet podle výroční zprávy Českého telekomunikačního úřadu stoupl v roce 2013 na 14 miliónu a převyšuje tak počet obyvatel, nelze jinak než využívat tuto formu komunikace, která přináší ohromné časové úspory jak v případě vedení lidí, kteří s námi nejsou v přímém kontaktu, tak v případě získávání konkrétních informací od dodavatelů při návštěvě u odběratele.

V dnešní době širokých nabídek telekomunikačních firem včetně virtuálních operátorů v oblasti nabídky telekomunikačních tarifů, bude konkrétní vývěr závislý na kvalitě pokrytí dodavatele služby a ceně volání. Pro stanovení výše volání, počtu sms a množství využití dat bude využívána aplikace Activity monitor společnosti Sun Light pro chytré telefony se systémem Android.

Další, dnes už standard je prezentace společnosti na webových stránkách. Tato forma prezentace není v případě přímého obchodování tou hlavní distribuční cestou, ale vytváří celkový pohled na firmu, sděluje zákazníkovi naše cíle, vizi.

Zdařilá prezentace dokonce může ovlivňovat vnímání kvality výrobků společnosti u zákazníka. V konkrétním případě i-trade, s.r.o. dále bude pomocí webových stránek, případně propojením s QR kódem řešit legislativní nařízení, kdy dodavatel musí průkazně dodat k chemickým výrobkům každou aktualizaci bezpečnostního listu. QR kód, nebo přímý odkaz vytištěný na výrobku, který odkazuje na bezpečnostní list uložený na webových stránkách je vnímán jako průkazně doručený. Poskytovatel připojení je vybrán již předem vzhledem k tomu, že v místě sídla je pouze jeden poskytovatel vysokorychlostního internetu, a to RIO Média a.s. který používá rychlejší technologii Wi-fi a to od společnosti CANOPY. Internet pomocí pevné linky nepřichází v úvahu z důvodu velké vzdálenosti od ústředny. Mobilní internet nenabízí tak stabilní a nesdílené rychlé připojení.

e) Ekologický faktor

Ekologický faktor je rozšířením PEST analýzy (některé zdroje PEST analýzu obohacenou o tento faktor nazývají PESTE analýzou.)

V posledních letech se ekologie dostává do popředí zájmu a zaujímá jedno z důležitých témat propírané veřejností. Odpovědný environmentální přístup jde ruku v ruce se zdravým životním stylem, který je nyní trendem mezi občany. Veřejnost i stát se snaží prosazovat ekologii ve všech podnikatelských sférách a klade na ni velký důraz, a to i pod pohružkou vysokých sankcí. Stát se snaží, aby firmy při výrobě svých výrobků používaly ekologičtější postupy, nepouštěly do ovzduší tolik škodlivých surovin, které ničí životní prostředí, preventivně předcházely možným únikům do spodních, povrchových vod či kanalizace, kde ničí vodní prostředí.

Velké procento chemických látek a směsí jsou považovány za škodlivé pro životní, zvláště pro vodní prostředí. Je tedy nutné na toto potencionální riziko upozorňovat a v souladu se zákonem obaly takto znečištěných látek i likvidovat.

Bráno do důsledku, v souladu se zákonem o odpadech, by bylo povinností firmy obaly od prodaných produktů zpětně shromažďovat, třídit a znovu využívat, nebo průkazně likvidovat především ve spalovnách nebezpečného odpadu. S tímto by byla spojena extrémní ekonomická i administrativní zátěž, neboť by bylo nutné zákazníky objíždět a předané obaly dále, znovu využité, vrácené a nebezpečné evidovat. Následně nebezpečný odpad ekologicky likvidovat.

Tato situace by se dala vyřešit smluvně s odpadovou firmou, která by se na základě smlouvy stala původcem odpadu. Vzhledem k potencionálně širokému trhu, by bylo nutné sjednat mnoho smluv s odpadovými společnostmi, neboť není výjimkou, že v každém městě působí jiná, která je místně příslušná potencionálním zákazníkům i-trade, s.r.o. Toto řešení se jeví jako administrativně i ekonomicky příliš nákladné.

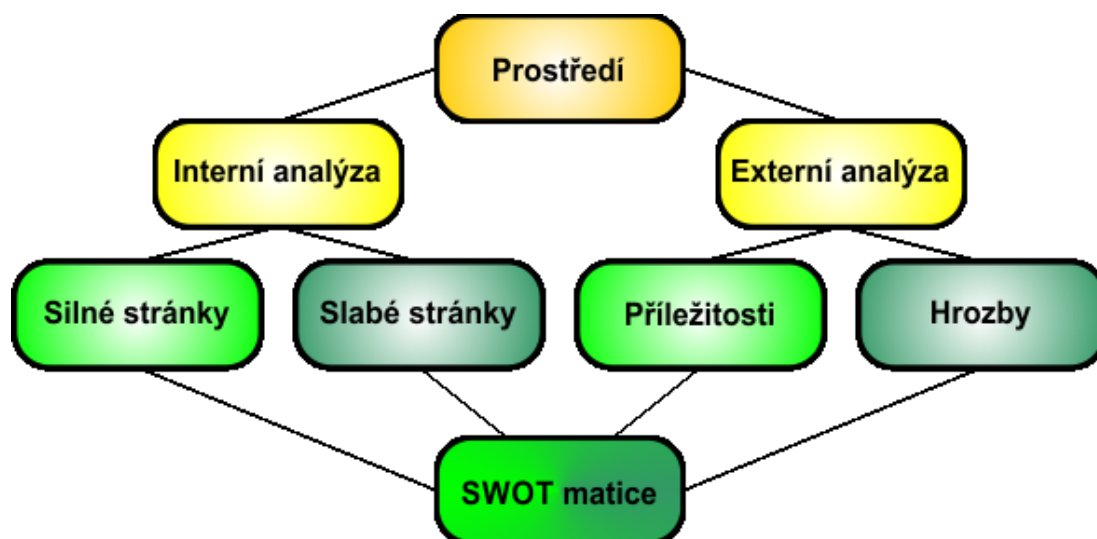
Z praxe je známo, že všechny tyto administrativní záležitosti se dají přenechat jediné u nás fungující autorizované odpadové společnosti EKO-KOM, a.s. Stačí s ní podepsat **Smlouvu o sdruženém plnění**. Přestože tento systém sdruženého plnění by dle legislativy měl platit pouze v případě dodávek spotřebiteli, je v případě dodávek profesionálnímu uživateli také považován za naplnění litery zákona a ČIŽP (Česká inspekce životního prostředí) ji respektuje a nepokutuje.

4.2.2 SWOT ANALÝZA

S=Strengths (silné stránky), **W** = Weaknesses (slabé stránky, **O**=Opportunities (příležitosti) a **T** = Threats (hrozby)

Jde o výsledek komplexní analýzy silných a slabých stránek vnímána na úrovni mikroprostředí a u příležitostí a hrozeb vnímána v rámci širšího makroprostředí podniku. Průběh tohoto procesu je zobrazen na obr. 4.2. Veškeré relevantní údaje se zapisují do SWOT matice viz. tabulka 4.1.

Obr. 4.2 Využití komplexní analýzy pro SWOT analýzu



Zdroj: vlastní zpracování

Silné stránky – za silnou stránku jsou považovány ty interní faktory, díky kterým má firma silnou pozici na trhu. Představují oblasti, v kterých je firma dobrá. Lze je použít jako podklad pro stanovení konkurenční výhody. Jedná se o posouzení podnikových schopností, dovedností, zdrojových možností a potenciálu.

Slabé stránky – jsou přesným opakem silných stránek. Firma je v něčem slabá, úroveň některých faktorů je nízká, někdy nedostatek určité silné stránky znamená slabou stránku, což brání efektivnímu výkonu firmy.

Příležitosti – příležitosti představují možnosti, s jejichž realizací stoupají vyhlídky na růst či lepší využití disponibilních zdrojů a účinnější splnění cílů.

Zvýhodňují podnik vůči konkurenci. Aby je mohl podnik využít, musí je nejprve identifikovat. Teprve po jejich využití s nimi může dále počítat.

Hrozby – nepříznivá situace či změna v podnikovém okolí znamenající překážky pro činnost. Mohou znamenat hrozbu úpadku či nebezpečí neúspěchu. Podnik musí rychle reagovat odpovídajícím způsobem, aby je odstranil či minimalizoval. (Blažková, 2007, str. 156).

SWOT Analýza společnosti i-trade, s.r.o.

Podklady pro SWOT analýzu byly zpracovány vedením společnosti, na základě vlastního uvážení a informací, které jim poskytli stávající zákazníci při dotazování. Analýza byla prováděna s co největší přesností tak, aby v ní byly implementovány názory potencionálních zákazníků.

Je ale potřeba připustit, že přes veškerou snahu o objektivní přístup nese riziko, že byla subjektivně ovlivněna názory zakladatelů.

Za silné stránky společnosti se považují již vybudované osobní vazby na zákazníky, znalost jejich potřeb a znalost specifika daného segmentu trhu, včetně prodejní strategie největších hráčů. Vzhledem k nízkému počtu zaměstnanců, jsou také silnou stránkou snadno a rychle implementovatelné inovované produkty do nabídky, neboť informace o nich jsou šířeny rychle a efektivně a je lehce ověřitelné, že byly pochopeny. Předpokladem úspěchu je také dobrá znalost legislativy. Touha být úspěšným je tou nejsilnější silnou stránkou, neboť za úspěchy stojí lidé.

Za nejslabší stránku podnikání je považováno startovací omezení šířky nabízeného sortimentu, neboť ještě není známo, od kterých dodavatelů tyto produkty budou odebírány a zda jejich kvalita bude dostatečně vysoká tak, aby byla přijata do nabídky společnosti. Ověření kvality výrobku budou provádět spříznění provozovatelé autoservisu, kteří tyto výrobky označené pouze dle platné legislativy dostanou zdarma k testování.

Vstupní kapitál bude ze začátku silně omezující. Nebude možné využívat množstevní slevy u dodavatelů v plném rozsahu.

Existují dva možné přístupy. Prvním je úvěr, druhým odebírání od dodavatelů v menším množství za vyšší ceny. Z důvodu neochoty riskovat byla zvolena pro první fázi varianta 2.

Při vstupu na trh nebude v obecném podvědomí právě vznikající firma. U stávajících zákazníků se předpokládá, že brzy vejde ve známost, ale vybudování si prestiže a všeobecného podvědomí bude trvat déle.

Tab. 4.1 SWOT analýza

Vliv interních faktorů	Silné stránky	Slabé stránky
	Silné osobní vazby na zákazníky Znalost problematiky segmentu trhu Dobrá znalost konkurence a dodavatelů Rychlost implementace inovací Znalost legislativy Chuť vítězit - tah na branku	Šířka sortimentu Vstupní kapitál Image společnosti
Vliv externích faktorů	Příležitosti	Hrozby
	Zaměstnanci Rozšíření regionu Odběr od výrobců	Cenová politika konkurence Nízká poptávka Kvalita výrobků Změna legislativy

Zdroj: vlastní zpracování

5. FORMULACE PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU PRO KONKRÉTNÍ SUBJEKT

Shrnutí informací o podnikatelském záměru

Společnost i-trade, s.r.o. má v plánu svým potencionálním zákazníkům, rekrutovaným v počátcích hlavně z původních zákazníků zakladatelů, přinášet v počátku na území Severní Moravy inovativní a kvalitní produkty pro potřeby nejen autoopravárenství. Z původních přibližně 250 zákazníků se v první fázi zaměří na přibližně 50 ekonomicky silných a solventních zákazníků.

Své zákazníky chce zaujmout osobním přístupem obchodních zástupců a jejich nadstandardní znalostí informací o produktech, jako jsou jejich přednosti a použití s reálnou schopností vše prakticky předvést.

Užitek pro zákazníka spočívá v úspoře času, který může použít k vlastní ekonomické činnosti, díky širší nabízeného sortimentu. Veškeré dotazy mu budou zodpovězeny tváří v tvář.

Díky dobré znalosti legislativy budou zákazníkům v rámci návštěv doporučována veškerá opatření na skladování a použití tak, aby nedocházelo k ohrožení jejich zdraví a zároveň, aby při spolupráci s firmou i-trade, s.r.o. nebyli vystavováni postihům ze strany inspekce životního prostředí.

5.1 POPIS SPOLEČNOSTI

5.1.1 ZÁKLADNÍ ÚDAJE

Logo společnosti:



Název společnosti: i-trade, s.r.o.

Sídlo společnosti: Ostravská 111, Sviadnov

Kontaktní osoby: Romana Kadernová, tel.: 737 121 345

Petr Kaderna , tel.: 737 121 346

www: www.i-trade.cz; ww.i-trade.eu

e-mail: info@i-trade.cz

5.1.2 VEDENÍ SPOLEČNOSTI

Společnost i-trade, s.r.o. bude založena Romanou Kadernovou, která má bohaté zkušenosti z oblasti přímého prodeje v oblasti automobilových dílů, kde 6 let působí na pozici obchodního zástupce. Zná tedy velmi dobře jak segment trhu, tak primárně oslovované zákazníky tohoto projektu.

Na vedení společnosti se bude také aktivně podílet Petr Kaderna, který má více jak 12-ti leté zkušenosti na pozici obchodního zástupce u nadnárodní společnosti, která se zabývá prodejem podobného sortimentu ve stejném segmentu trhu, jako právě zřizovaná společnost i-trade, s.r.o. Je mu tedy známa charakteristika daného segmentu a má vybudované silné osobní vazby na budoucí potenciální zákazníky.

Současně je Petr Kaderna osobou odborně způsobilou k sestavování bezpečnostních listů, neboť se studiu této problematiky věnuje již více jak 3 roky a splňuje požadavky zákona. Minulý rok se z důvodu rozšíření znalostí spojených s prodejem chemických látek a přípravků také zúčastnil 3-týdenního školení na úkor svého volna a získal osvědčení jako odpadový hospodář a podnikový ekolog. Všechna tato školení byla cíleně navštěvována s vidinou založení společnosti a eliminaci případného rizika spojeného s legislativou.

Na základě své praxe, zkušeností a vzdělání je oprávněn k vydání živnosti vázané dle zákona 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání přílohy č.2 - Výroba nebezpečných chemických látek a nebezpečných chemických směsí a prodej chemických látek a chemických směsí klasifikovaných jako vysoce toxické a toxické. Je ale rozhodnut, že prodejem takto klasifikovaných chemických látek se nebude zabývat.

Životopisy zakladatelů a osvědčení o znalostech pana Kaderny budou předloženy na vyžádání.

5.1.3 FORMA SPOLEČNOSTI

Oba ze zakladatelů splňují podmínky pro získání živnostenského oprávnění. Společnost bude zapsána v obchodním rejstříku pod názvem i-trade, s.r.o. a předmětem podnikání bude Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, kde oborem činnosti bude Velkoobchod a maloobchod.

V případě realizace tohoto podnikatelského záměru bylo rozhodnuto, že právní formou bude společnost s ručením omezeným, kde se výhodou jeví ručení za závazky společnosti osobním majetkem zakladatelů pouze do výše vkladu. Bylo rozhodnuto, že pro vzbuzení serióznosti u potencionálních klientů bude základní kapitál činit 800.000 Kč. Pan Kaderna vloží peněžní vklad 400.000 Kč a paní Kadernová také 400.000 Kč. Podíl jednotlivých vkladů je zachycen v tabulce 5.1.

Tab. 5.1 Podíly a vklady

Poměr vkladů jednatelů		Hodnota (Kč)	podíl
Petr Kaderna	peněžní vklad	400.000	50%
Romana Kadernová	peněžní vklad	400.000	50%

Zdroj: vlastní zpracování

5.1.4 POSTUP ZALOŽENÍ

V první řadě bude notářsky uzavřena společenská smlouva, na speciální účet budou alokovány finanční prostředky, na základě získání živnostenských listů bude proveden zápis do obchodního rejstříku a registrace u finančního úřadu.

Na základě nulových poplatků za vedení podnikatelského účtu a díky dobré dostupnosti pobočky budou finanční prostředky uloženy na účet vedený u společnosti Fio banka, a.s. se sídlem V Celnici 10, Praha 1. Více o produktu Fio banky v příloze č. 1

5.1.5 MÍSTO PODNIKÁNÍ

Za místo podnikání je pro první fázi z ekonomických důvodů zvolen rodinný dům, který je obýván manžely Kadernovými. Vzhledem k obchodu s chemickými látkami je jako sklad zvolena samostatně stojící garáž s možností temperování v zimním období, která se dovybaví skladovacími regály a zachytnými nádobami s

rošty tak, aby bylo zajištěno skladování v souladu s platnou legislativou. Po úspěšném zvládnutí první fáze se počítá s přestěhováním do pronajatých administrativních prostor s adekvátním skladem viz. obrázek 3.1.

Obr. 5-1 Místo podnikání



Zdroj: www.mapy.cz / vlastní zpracování

5.1.6 PRINCIP PRODEJE A DISTRIBUCE

Prodej se bude uskutečňovat na základě pravidelných návštěv u zákazníků v místě jejich provozovny, či sídla. Zakladatelé a postupně i obchodní zástupci budou ke každému produktu mít dostatek informací tak, aby byli schopni vyzdvihnout jeho přednosti. Jednou za půl roku je plánováno i praktické školení, aby obchodní zástupci naší společnosti byli schopni předvést praktické použití většiny produktu svým zákazníkům.

Produkty budou z důvodu vyšší náročnosti v oblasti legislativy nabízeny pouze profesionálním uživatelům, nikoliv přímo spotřebitelům. Kupní smlouva bude v rámci smluvních podmínek považována za uzavřenou v případě podpisu objednávky.

Dopravu v první fázi budou při svých opakovaných návštěvách, zajišťovat sami zakladatelé a to rozvozem v podlimitním množství dle platných předpisů ADR. Nadlimitní množství budou od dodavatelů společnosti i-trade, s.r.o. přímo zasílána do provozoven odběratelů.

Zaměstnanci

V první fázi budou veškeré prodejní i administrativní úkony plnit samotní majitelé. V dalších fázích se dle možností počítá s rozšiřováním primárně obchodního týmu a to až na 50 obchodních zástupců pro pokrytí území České republiky. Toto číslo vychází z počtu vozidel provozovaných dle Českého statistického úřadu na území České republiky k 31.12.2014 a to v počtu 7 358 727. Každý obchodní zástupce bude mít potencionální možnost dodat produkty pro servis, či opravu v průměru cca 147 000 ks vozidel ročně. Rozdělení teritorií obchodních zástupců bude členěno dle počtu obyvatel. Tedy na jednoho OZ bude připadat region s 200.000 obyvateli. Toto rozšiřování obchodního týmu bude probíhat postupně tak, že po zapracování jednoho obchodního zástupce (předpoklad zhruba půl roku), bude zaměstnán další, aby náklady na zaškolení a vybavení OZ nevznikaly nárazově, ale byly kryty z již generovaného zisku.

Celkové mzdové náklady na obchodního zástupce jsou plánovány ve výši do 30 % z dosaženého zisku a uhrazených faktur v daném měsíci. Přesný systém odměňování zatím nebyl stanoven, každopádně je z vlastních zkušeností jasné, že vzhledem k velkým prvotním investicím na zaškolení, poskytnutí všech pracovních prostředků jako jsou auta, telefony, apod., si společnost potřebuje udržet schopné zaměstnance. Toho hodlá dosáhnout nadstandardním odměňováním a systémem praktických školení.

Při dosažení počtu patnácti obchodních zástupců je do budoucna počítáno s posílením administrativního týmu o asistentku, která také bude odměňována na základě splnění firemních cílů.

Při přesídlení firmy do pronajatých prostor, se počítá také s přijetím zaměstnance na pozici skladníka. Mzda tohoto pracovníka bude také hodnocena v závislosti na celofiremním plnění cílů. Tato činnost je mnohdy podceňována. Nejen hmotná odpovědnost v podobě represe je motivující člen, ale spoluúčast na firemních výsledcích např. včasná příprava zásilek, ochota změnit zásilku v závislosti na požadavcích obchodních zástupců aj. rozhoduje o celkovém vnímání obrázku firmy.

5.2 NABÍZENÉ PRODUKTY A SLUŽBY

Vzhledem k tomu, že ze zkušeností vyplývá, že je potřeba potencionálním zákazníkům nabídnout co nejširší portfolio výrobků potřebných k jejich činnosti, lze tyto výrobky segmentovat do následujících kategorií.

5.2.1 NABÍZENÉ PRODUKTY A SLUŽBY

Chemické látky a přípravky

V této kategorii budou nabízeny produkty jak pod vlastní značkou, tak i přímo distribuované, které slouží pro servis a opravy jako jsou maziva, odmašťovací přípravky a detergenty, tavidla, lepidla, oživovací a ošetřující přípravky, provozní kapaliny jako zimní směs, čističe klimatizací, řezné kapaliny apod.

Většina přípravků bude ve formě aerosolů, ale najdou se zde i přípravky balené v kanystrech či kartuších.

Tato sekce produktů je nejnáročnější z hlediska legislativních požadavků. Vše podléhá Nařízení ES 1272/2008 o klasifikaci a označování látek a směsí (CLP) s tímto nařízením jsou přímo spojeny požadavky na tvorbu bezpečnostních listů ve znění nařízení ES 453/2010. Ukázka bezpečnostního listu je uvedena v příloze č.4. Dále podléhá zákonu 350/2011 Sb. O chemických látkách a chemických směsích a o změně některých zákonů (chemický zákon)., U aerosolových rozprašovačů je od 7.5.2014 potřeba brát v úvahu Nařízení vlády č.80/2014 Sb. a do 1.6.2015 platícím Nařízením 1907/2006 o registraci, hodnocení, povolování a omezování chemických látek, o zřízení Evropské agentury pro chemické látky. Pan Kaderna je osobou odborně způsobilou k sestavování bezpečnostních listů, proto jejich vyhotovení bude probíhat v krátkém časovém úseku a budou okamžitě aktualizovány v souladu se změnou legislativy, která se mění na základě požadavků Evropské Unie, respektive Evropské agentury pro chemické látky velmi často. K další očekávané zásadní změně dojde k 1.6.2015 kdy přestane paralelně platit Nařízení 1907/2006 a plně ho nahradí Nařízení 1272/2008 a v roce 2018 bude nutné implementace expozičních scénářů do bezpečnostních listů.

Ruční a vzduchové nářadí

Nabízenými produkty bude ruční a vzduchové nářadí německé společnosti Hazet, která je mezi lidmi pracujícími v autoopravárenství považována za prestižní

značku. Další levnější variantou nabízenou k prodeji bude značka Vigor, která je taktéž distribuována společností HAZET-WERK - Hermann Zerver GmbH & Co. KG .

Brusivo

Pro potřeby autoopravárenství budou nabízeny produkty pro opracování jako jsou brusné kotouče, řezné kotouče, speciální lamelové, či nylonové kotouče, frézky z tvrdokovu aj.

Spojovací materiál

Důležitý, mnohdy ale opomíjený artikl pro práci v autoopravárenství tvoří spojovací materiál. Nejde o plný rozsah, ale o nejběžnější prvky, jako jsou matice, šrouby, závlačky apod.

Elektromateriál

V této sekci je dobré nabídnout základní řadu žárovek a pojistek, dále základní řadu autokonektorů a velmi dobře prodejné speciální konektory dle použití v jednotlivých automobilech, tzv. piny, které používá většinou každá automobilka speciální a zákazníci mají problém je v běžné síti sehnat a autorizované autoservisy si účtují třeba i 80 Kč za konektor. Přitom průměrná naše nákupní cena je okolo 8 Kč bez DPH.

Ostatní

Vnímáme také jako důležitou součást nabídky doplňkové materiály, či přípravky pro používání našich produktů, jako je například speciální pistole na dvoukomponentní lepidla, nahřívací pistole na kartuše apod.

5.2.2 NABÍZENÉ SLUŽBY

Bylo by škoda nabyté znalosti pana Kaderny nezpeněžit. Proto budou nabízeny služby v oblasti zpracování bezpečnostních listů, tvorby etiket a zápisu do registru MZČR výrobcům, dovozcům, distributorům, následným uživatelům a dodavatelům chemických látek a směsí. Tato činnost nebude hlavní činností a bude prováděna pouze v případě volných časových kapacit. Nedá se proto s jejími výsledky počítat jako pravidelnými zdroji příjmu. Ceny jsou uvedeny v tabulce 5.5.

5.2.3 CENY A MARŽE

Prodejní ceny se budou odvíjet od cen stanovených trhem a ochotou zákazníka za produkty zaplatit. Na základě individuálního přístupu k zákazníkům a

smluvních cen je tak možné, že každý zákazník bude nakupovat zboží za jinou sjednanou cenu. Tato cena bude zákazníkem akceptována potvrzením objednávky. Cena bude sdělena zákazníkovi na dotaz ke konkrétnímu produktu.

Vzhledem k velkému počtu položek, kde je rozpětí marže od 80 % do 500 % bylo rozhodnuto, že průměrná marže se bude pohybovat v rozmezí 100 % až 200 %. Reálnost této marže je ověřena z působení jednatele v minulé společnosti.

Tab. 5.2 Přehled marží

Přehled marží vybraných produktů					
Položka:	Nákupní cena (Kč)	Náklady na etiketu	Celkové náklady (Kč)	Prodejní cena (Kč)	Marže (%)
Mazivo ve spreji s PTFE	42,60	4,85	47,45	285,00	501%
Kotouč řezný 115x1,0 x 0,75 mm	9,90		9,90	35,00	254%
Ráčna velká (dle kurzu €)	1335,74		1335,74	1908,00	43%
Propojka s odbočkou pro autopojistku	28,73		28,73	144,00	401%
Butylkaučuková páska	99,00		99,00	318,00	221%

Zdroj: vlastní zpracování

Nástrojem k udržení marže byla zvolena tzv. nejnižší možná prodejní cena, za kterou smí být tato položka prodána. Nejnižší marže byla stanovena na 80 %. Pokud produkt nebude prodejní s touto marží, budou hledány substituty, nebo bude vyřazen z programu. Jediný sortiment, který bude dodáván s nižší marží je nářadí a to s průměrnou marží okolo 40 %. Počítá se s tím, že budou neustále u dodavatelů vyžadovány slevy za kumulovaný obrát. Díky nízké nákupní ceně chemických produktů se průměrná marže očekává okolo 200 až 250 %.

Tab. 5.3 Přehled cen poskytovaných služeb

Ceník poskytovaných služeb	
Položka:	Cena bez DPH
Vypracování bezpečnostního listu dle platné legislativy	1500
Vypracování doplňkového štítku na obal	250
Zápis do registru chemických látek a přípravků MZČR	250

Zdroj: vlastní zpracování

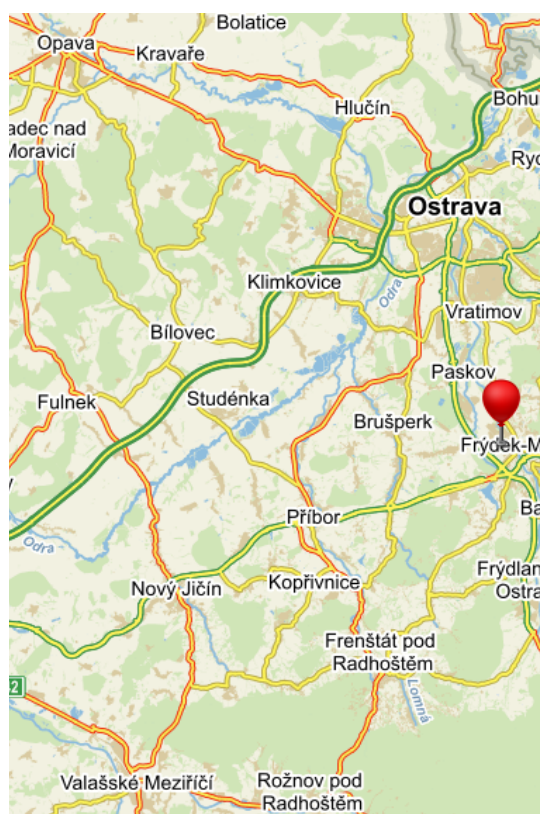
Ceny poskytovaných služeb se odvíjejí z reálných cen sdělených na školeních chemických látek a za které je nabízí i ostatní subjekty.

5.3 ANALÝZA TRHU

5.3.1 REÁLNÉ VYMEZENÍ TRHU

Jako primární trh byl definován segment autoopravárenství, ve kterém zakladatelé společnosti pracují již spoustu let a je tedy pravděpodobné, že bude usnadněný vstup díky osobním vazbám na zákazníky. Na druhou stranu je nutno říct, že produkty nabízené společností i-trade, s.r.o. nemusí být využívány jen v autoopravárenství. Cílovým zákazníkem může být každá továrna či dílna, kde dochází k údržbě strojů, drobným opravám, nebo servisy jízdních kol, šicích strojů, tiskáren apod. Všichni tito zákazníci spotřebovávají chemické produkty k čištění, mazání, fixaci apod. Dá se tedy říct, že potenciální trh skrývá nepřeberné množství potenciálních zákazníků. Teritorium pro první fázi je vyznačeno na obr. 5.2.

Obr. 5.2 Teritorium první fáze



Zdroj:mapy.cz

5.3.2 KONKURENČNÍ PROSTŘEDÍ

„Konkurenti jsou firmy, které na daném trhu nabízejí totožný nebo velmi podobný produkt nebo službu.“ Tyll (2014, s. 26)

V daném segmentu trhu působí nejen na Severní Moravě relativně velký počet firem, které nabízejí podobný sortiment. Nutno podotknout, že ve většině případů se jedná o kapitálově silné nadnárodní společnosti, kde si některé z nich ani ve výsledku nekonkurují, neboť jsou pod různými názvy spřízněny do jednoho koncernu. Dále zde působí několik menších firem, které ale většinou nejsou zaměřeny na přímou spolupráci s jednotlivými profesemi, jako jsou pracovníci autoservisů, dělníci, nebo servisní zaměstnanci, ale pomocí sítě drogerií a obchodních řetězců distribuují produkty a přípravky přímo spotřebitelům. Dá se říci, že díky náročnosti legislativy zvolený způsob podnikání preferují velcí hráči, nikoliv malí živnostníci.

Konkurenční společnosti

Výsledky hospodaření jednotlivých firem jsou čerpány z Veřejného rejstříku a Sbírky listin Ministerstva spravedlnosti České republiky, kde jsou ve výročních zprávách uvedeny výsledky jednotlivých subjektů, nebo z prohlášení pro média, které jednotlivé společnosti poskytují na svých webových stránkách.

Würth International AG - společnost, která celosvětově zaměstnává cca. 30.000 obchodních zástupců a dalších až 36 000 tisíc lidí na ostatních pozicích. (zdroj: wuerth.com) a za loňský rok dosáhl obrátu 10 120 mil. €, kde EBIT dosahoval okolo 500 mil. €.

Tato společnost v české republice vystupuje již 22 let pod obchodním názvem **Würth, spol. s r.o.** a nutno dodat, že všeobecně je vnímána jako společnost, která nabízí široké portfolio výrobků s dobrou kvalitou. Díky silnému kapitálu se jí podařilo zalistovat u většiny autorizovaných importérů vozidel do ČR jako schválený dodavatel. Její výsledek hospodaření před zdaněním (EBIT) za rok 2013 činil 20 560 000 Kč.

Je velmi těžké na této konkurenci najít něco špatného, když právě ona a spousta jejích aktivit je předlohou pro naše podnikání. K této firmě přistupujeme s velkým respektem, ale je potřeba si uvědomit, že se tato firma mění v obrovitý kolos, kdy počet ostatních, většinou řídicích pracovníků je celosvětově vyšší, než

obchodních zástupců, což je z našeho pohledu u obchodní firmy minimálně na pováženou. Jako zdroj je brán článek z historie této firmy uveřejněný na firemních webových stránkách.

reca spol. s r.o. – společnost, která se zabývá především prodejem spojovacího materiálu a nářadí. Je kapitálově provázána se skupinou Würth International AG . Její výsledek hospodaření za rok 2013 na území České republiky dosahoval 40 207 000 Kč. Tato firma se daného segmentu trhu dotýká spíše jen okrajově. Jejím primárním trhem jsou továrny a těžký průmysl.

Normfest, s.r.o. – tato společnost také, skrz většinového vlastníka Normfest GmbH patří do koncernu Würth International AG. Zde také dlouhá léta působí pan Kaderna. Společnost Normfest prodává výrobky ve stejném segmentu trhu a její široký sortiment je částečně předlohou pro společnost i-trade, s.r.o.

Na trhu dále působí také společnost **Ploberger s.r.o.**, která jako svůj segment trhu pojala jak segment autoopravárenství, tak těžký průmysl. Opět jde o silnou společnost, tentokrát Rakouskou. Firma je dle našeho názoru velmi dynamická a z neznámé firmy na našem území se za posledních pár let vyvinula ve velmi silného hráče.

Dále na našem území působí tyto zahraniční firmy, které se více či méně dotýkají stejného segmentu trhu a nabízejí podobný sortiment Förch s.r.o., Berner spol. s r.o.

Je potřeba ale vzít v úvahu i celorepublikově působící kapitálově čistě české firmy, jako je **RETECH, s.r.o.**, který je sice brán za velmi drahou značku, přesto se mu daří a za rok 2013 činil je výsledek hospodaření 10 421 000 Kč. Tato společnost na našem trhu působí od roku 1997.

Druhou známou českou firmou, která není kapitálově navázána na zahraniční společnosti a působí od roku 2002 je společnost **VEIDEC s.r.o.** s výsledkem hospodaření před zdaněním 4 479 000 Kč.

Dá se tedy říci, že v daném segmentu trhu působí spousta společností, zvláště pak zahraničních, které nabízejí přibližně stejný sortiment, jako hodlá nabízet naše společnost. Jsme rádi, že se zakladatelům společností RETECH a VEIDEC podařilo

usilovnou prací bez zahraničního kapitálu vybudovat silné a stabilní společnosti. Doufáme, že i námi budována společnost bude po čase v seznamu silných a stabilních firem.

Úplným závěrem je možno dodat, že z informací uveřejněných na stránkách společnosti Wuerth.com vyplývá, že v roce 1954 lety byla firma Würth umístěna v malém domě, kde pracovali pouze dva lidé.

5.3.3 DODAVATELÉ

Většina konkurentů, nic nevyrábí a plní pouze funkci „pojízdňého velkoobchodu“. Ani nově vznikající společnost se v tomto od konkurentů nebude lišit.

Pro start je potřeba získat hlavního partnera, který společnosti i-trade garantuje zastoupení pro regionální trh. Předběžně bylo dohodnuto, že hlavním dodavatelem chemických produktů se stane firma Atrin z Polska. Tato firma je na našem trhu neznámá a bude proto náročnější ji na trh zavést. Díky tomu budou garantovány nízké nákupní ceny. Do budoucna se počítá i s vlastním přebalem sprejů viz. obrázek 5.3.

Obr. 5.3 Vlastní etiketa



Zdroj: vlastní zpracování

Společnost Atrin dle našeho názoru nemá dostatečný sortiment výrobků, které bychom chtěli zákazníkům nabídnout. Zároveň i-trade, s.r.o. nemá vyhovující skladovací prostory a nevlastní dostatečný kapitál pro nákup zboží u výrobců po paletách, proto bude ostatní zboží nakupovat po menších baleních u dodavatelů na trhu. Vzhledem ke zkušenostem je známo, že většina dodavatelů, či distributorů, je ochotna při pravidelných odběrech dodat etiketou neopatřené produkty již v balení od 48 ks. Seznam dodavatelů, kromě dodavatelů ručního nářadí společnosti HAZET - WERK - Hermann Zerver GmbH & Co. KG, je považován za důvěrný a bude uveden pouze v případě žádosti o úvěr formou přílohy.

5.3.4 ZÁKAZNÍCI

Zákazníci naší společnosti budou v první řadě rekrutováni z řad již stávajících zákazníků. Pan Kaderna má u stávající společnosti okolo 200 zákazníků. Paní Kadernová jich má zhruba 400, přičemž se dá konstatovat, že zákazníci pana Kaderny jsou zároveň zákazníky paní Kadernové. Na základě tohoto se dá říct, že při vstupu na trh je možno počítat s přibližně 400 zákazníky, na které je již vybudována osobní vazba.

Domníváme se, že v první fázi podnikání není možné uspokojit všech 400 zákazníků s ohledem na efektivní nakládání s ekonomickými zdroji. Proto na základě níže uvedených kritérií byl počet zákazníků první fáze zredukován na počet 170.

Kritérií pro redukci počtu primárně oslovených zákazníků byly:

- Špatná platební morálka (Informace jsou zakladatelům známy z místa současného působení).
- Úzká specializace (čerpadla, chip tuning, aj.). Pro tuto skupinu nebude mít, alespoň v první fázi společnost zajištěnou potřebnou šíři sortimentu.
- Nízký roční obrát u stávající společnosti a velká vzdálenost mezi sídlem společností i-trade, s.r.o. a provozovnou zákazníka.

Do budoucna se počítá s rozšířením portfolia zákazníků o specialisty v případě rozšíření sortimentu.

Po úspěšném překonání první fáze podnikání, se počítá s nárůstem zákazníků adekvátně s počtem obchodních zástupců.

5.3.5 PROPAGACE

Nejlepší, osvědčenou formou propagace v tomto odvětví jsou dobré reference. Vzhledem k množství značek a speciálním přípravkům nemohou vlastnit všichni mechanici veškeré speciální nářadí. Žádný automechanik ale nechce odmítnout svého zákazníka, je tedy běžnou praxí, že se tito mezi sebou navštěvují a pomáhají si. V tomto případě může dobrá reference udělat divy. Je proto nezbytné spokojené zákazníky k tomuto jednání pravidelně nabádat.

Další formou propagace jsou zvoleny webové stránky, které budou informovat o šíři sortimentu a právě probíhajících akcích. Standardní formou propagace jsou také katalogy, propisky, vizitky, které jsou brány a zakalkulovány v počáteční rozvaze

Ostatní formy propagace, jako jsou polepy na auto budou řešeny až po průběhu první fáze.

5.4 FINANČNÍ PLÁN

5.4.1 POČÁTEČNÍ ROZVAHA

Položky počáteční rozvahy jsou uvedeny v tabulce 5.4, která popisuje odhadované zřizovací náklady.

Automobil se vzhledem k tomu, že oba manželé přijdou o své služební vozy, bude muset urychleně pořídit. Bylo rozhodnuto, že automobil se koupí z nabídky ročních vozů s prodlouženou zárukou Škoda PLUS. Díky vlastním zkušenostem s variabilitou a spotřebou bude používán automobil Škoda Octavia Combi, motorizace 1,6 TDI o výkonu 66 KW. U tohoto vozidla je známa reálná spotřeba (užívala jako služební vůz paní Kadernová) 4,9 l/100km nafty a silniční daň činí 390 Kč/kvartál. Limit pro koupi tohoto vozu byl stanoven 360.000 Kč bez DPH.

Za místo podnikání byl zvolen dům ve vlastnictví zakladatelů. V jeho prostorech je neobývaný pokoj o rozloze 26 m², který byl v minulosti obýván, dnes již zesnulou matkou pana Kaderny. Tento prostor byl vyhrazen pro kancelář i-trade, s.r.o.

Tab. 5.4 Počáteční rozvaha

Počáteční rozvaha			
Aktiva - majetková struktura		Pasiva - finanční struktura	
Dlouhodobý majetek	360 000 Kč	Vlastní kapitál	800 000 Kč
Automobil	360 000 Kč	Základní kapitál	800 000 Kč
		Cizí zdroje	0 Kč
Zřizovací výdaje	180 432 Kč		
Fotovybavení:			
Fotoaparát Nikon	12 290 Kč		
Sada foto světel	4 236 Kč		
Stativ	1 260 Kč		
Makroobjektiv	6 417 Kč		
Vybavení skladu			
3x záchytná nádrž	15 612 Kč		
10x sklad. regál	12 600 Kč		
Koš na tříděný odpad	2 550 Kč		
Vybavení kanceláře			
PC + WIN PRO verze	21 612 Kč		
Notebook + WIN PRO verze	22 614 Kč		
2x Telefon	12 610 Kč		
Tiskárna Laser - tisk etiket	16 214 Kč		
Tiskárna štítků	1 918 Kč		
NAS - server	3 216 Kč		
Kanc. nábytek	15 200 Kč		
Papírové krabice	718 Kč		
Svářečka fólií - lištová 1m	5 120 Kč		
Ostatní papír, etikety, apod	2 160 Kč		
Corel Draw 1 licence	11 895 Kč		
Založení s.r.o.			
2x výpis z rejstříků trestů	200 Kč		
Společenská smlouva - notář	4 800 Kč		
Poplatky-kolky	6 000 Kč		
Živnostenské oprávnění	1 000 Kč		
webové stránky	190 Kč		
Skladové + odpadové hospodářství - směrnice	0 Kč		
Průkazné seznámení zaměstnanců s informacemi z BL	0 Kč		
Oběžný majetek	259 568 Kč		
Běžný účet	180 000 Kč		
Pokladna	19 568 Kč		
Zásoby	60 000 Kč		
celkem	800 000 Kč		800 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

První informační webové stránky budou vytvořeny pomocí aplikace Wordpress, která je zdarma a budou sloužit hlavně jako zdroj informací o společnosti a jejich obchodních podmínkách. Domény i-trade.cz v ceně 125 Kč ročně a i-trade.eu 65 Kč ročně budou zaregistrovány a vedeny společností WEDOS Internet, a.s. a bude k nim zřízen webhosting v částce 25 Kč za měsíc.

Všechny zřizovací výdaje jsou v této fázi pouze odhadované a dle konkrétních pořizovacích cen bude rozvaha upravována. Rozdíl v cenách +/- se promítne do změny oběžného majetku a to buď +/- pokladna, nebo běžný účet.

5.4.2 ÚČTOVÁNÍ DLOUHODOBÉHO MAJETKU

Žádný majetek v době pořízení, kromě automobilu nebude účtován jako dlouhodobý hmotný, nebo nehmotný majetek a tedy nebude odepisován. U automobilu bylo rozhodnuto, že účetní odpisy budou totožné s odpisy daňovými.

Osobní automobil

V tomto případě je vstupní cenou, částka 360.000 Kč bez DPH. Částka převyšuje 40.000 Kč a bude odepisován podle zákona 586/1992Sb. o daních příjmu dle přílohy č.1 v odpisové skupině č.2 a doba odepisování činí 5 let. Bylo rozhodnuto, že se bude odepisovat lineárně. Vzhledem k datu pořízení (červen 2015) je odepisování vozidla uvedeno v tabulce 5.5 . Odepisování je tedy možné od 1.7.2015.

Tab.5.5 Odpisy DHM – osobní automobil

Odpisy automobilu						
Rok	koeficient	Cena pořízení (Kč)	Nárok (měsíce)	Odpis	Oprávka	Zůstatková hodnota (Kč)
1	11	360 000	6	23 100	23 100	336 900
2	22,25		12	80 100	103 200	256 800
3	22,25		12	80 100	183 300	176 700
4	22,25		12	80 100	263 400	96 600
5	22,25		12	80 100	343 500	16 500
6			6	16 500	360 000	0

Zdroj: vlastní zpracování

Odpisy se v tomto případě (rovnoměrné odepisování) vypočtou tak, že se v každém roce vezme cena pořízení, která se vynásobí koeficientem daného roku a tato hodnota se vydělí 100. Pokud není nárok na odpis ve výši 12 měsíců, celý tento výsledek se vydělí 12 (tedy roční podíl měsíců) a vynásobí počtem měsíců, pro které

vznikl nárok na odpis. V posledním roce se odepisuje tak, aby zůstatková hodnota byla 0.

5.4.3 MZDY

V tabulce 5.6 je proveden výpočet mezd pro první fázi. Oba zakladatelé považují hrubý příjem 25.000 Kč za akceptovatelný, je ale nedostatečný vzhledem k jejich dlouhodobému životnímu standardu. Cílovou metou k uspokojení potřeb zakladatelů je mzda pro každého okolo 40 až 50 tisíc hrubého.

Tab. 5.6 Mzdy – první fáze

Mzdy				
Sazba Kč			Sazba Kč	
Petr Kaderna			Romana Kadernová	
Hrubá mzda		25 000 Kč	Hrubá mzda	25 000 Kč
Funkční požitky (vozidlo) 1%		3 600 Kč	Funkční požitky (vozidlo) 1%	0 Kč
Celkem HM:		28 600 Kč	Celkem HM:	25 000 Kč
Odvod ZP - zaměstnanec	4%	1 144 Kč	Odvod ZP - zaměstnanec	4% 1 144 Kč
Odvod ZP - zaměstnavatel	9%	2 574 Kč	Odvod ZP - zaměstnavatel	9% 2 574 Kč
Odvod SP - zaměstnanec	6,5%	1 859 Kč	Odvod SP - zaměstnanec	6,5% 1 859 Kč
Odvod SP - zaměstnavatel	25%	7 150 Kč	Odvod SP - zaměstnavatel	25% 7 150 Kč
Superhrubá mzda:		38 324 Kč	Superhrubá mzda:	34 724 Kč
Záloha na daň	15%	5 749 Kč	Záloha na daň	15% 5 209 Kč
Sleva na poplatníka		2 070 Kč	Sleva na poplatníka	2 070 Kč
Záloha na daň z příjmu po slevě		3 679 Kč	Záloha na daň z příjmu po slevě	3 139 Kč
ČM (HM-SP-ZP-daň po slevě) – zaměstnanec		18 318 Kč	ČM (HM-SP-ZP-daň po slevě) - zaměstnanec	18 858 Kč
Celkové měsíční náklady na mzdy pro společnost i-trade s.r.o. v první fázi			73 048 Kč	

Zdroj: vlastní vypracování/zákon o dani z příjmu

5.4.4 NÁKLADY

Tabulka 5.7 ukazuje předpokládané fixní náklady. Náklady jsou uvedeny pro přehlednost jak ve formě měsíčních, tak ročních nákladů. Výpočet nákladu probíhal buď na základě již probraných nabídek, nebo se snažil co nejvěrněji odhadnout náklady.

Tab. 5.7 Přehled fixních nákladů

Fixní náklady		
Položka:	měsíční náklady	roční náklady
Mzdy	73 048 Kč	876 576 Kč
provoz kanceláře (energie + kancelářské potřeby)	2 500 Kč	30 000 Kč
Odpisy (vozidlo) rok 2015	3 850 Kč	23 100 Kč
PHM	2 500 Kč	30 000 Kč
ostatní vozidlo (servis, obutí, pojištění, daň, daln. známka, aj.)	2 000 Kč	24 000 Kč
Daňové a účetní služby	900 Kč	10 800 Kč
Tel + internet + webhosting	1 645 Kč	19 740 Kč
Eko-kom	150 Kč	1 800 Kč
Školení apod.	500 Kč	6 000 Kč
Propagace a podpora prodeje	4 000 Kč	48 000 Kč
celkem:	91 093 Kč	1 093 116 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

5.4.5 BOD ZVRATU

Bod zvratu (anglicky break even point) je takové množství produkce, při kterém nevzniká zisk ani ztráta. Je-li dosahováno této produkce, pak se tržby rovnají nákladům. Pro vypočtení bodu zvratu byla stanovena marže 100 %.

Bod zvratu v tomto případě objem prodaného zboží (**Q_z**) tedy představuje, jak velkou částku je při marži 100% potřeba utržit, aby firma nebyla ztrátová. Tato produkce je vypočtena na základě příspěvku na úhradu fixních nákladů (**PÚ**) a známé hodnoty fixních nákladů (**FN**).

$$Q_z = \frac{FN}{PÚ}$$

Příspěvek na úhradu PÚ vyjadřuje, jak velkou částkou se každá koruna produkce (tržby) bude podílet na úhradě fixních nákladů. Při zvolené marži to tedy bude 0,50 Kč.

$$Q_z = \frac{FN}{1 - m}$$

$$Q_z = \frac{91093}{0,5} = 182\,186 \text{ Kč}$$

Z výsledku vyplývá, že tržba, které musí být dosaženo, aby byly pokryty veškeré náklady, při marži 100 % je 182 186 Kč měsíčně. Vyšší tržba při stejné marži znamená zisk pro firmu. Vzhledem k očekávané vyšší marži, se ale dá očekávat, že bodu zvratu bude dosaženo při nižší tržbě.

5.4.6 VÝHLED HOSPODAŘENÍ SPOLEČNOSTI

V obchodní činnosti jsou tržby závislé na mnoha aspektech. Například počtu provedených objednávek denně, jenž je přímo spojena s počtem aktivních zákazníků. Dále na hodnotě objednávek, která je spojena s bonitou zákazníka a jeho ochotou utrácet statky a v neposlední řadě na marži, která je výsledkem úspěšnosti nákupčího.

V horizontu 1 roku si společnost klade tyto cíle:

- Vytvoření ucelené nabídky sortimentu.
- Vybudování sítě aktivních zákazníků v počtu minimálně 50.
- Překonání bodu zvratu.

Do 3 let

- Přijmutí dvou až pěti obchodních zástupců.
- Navýšení aktivních zákazníků na 300 – 500.
- Roční výsledek hospodaření s přebytkem 1.000.000 Kč.
- Pronájem vhodných kancelářských a skladovacích prostor.

Výkaz zisku a ztráty

Společnost i-trade, s.r.o. si pro první rok klade za cíl překonat bod zvratu varianta A v tabulce 5.8. Vzhledem k důvěře v tuto činnost, je nastíněna očekávaná reálná varianta B, která je téměř o polovinu snížena oproti dosavadním výsledkům u bývalého zaměstnavatele. Varianta C je optimistickým výhledem. Varianty D a E jsou výhledem na možná rizika. Jedná se především o nutnost snížení marže z důvodu tlaku konkurence (D), nebo snížení počtu objednávek z důvodu nemoci apod. Veškeré dosažené zisky budou použity pro zlepšení zázemí společnosti a pro rozšíření obchodního týmu

Tab. 5.8 Plánovaný Výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztrát					
Varianta:	A	B	C	D	E
Objednávek za den (ks)	2,7	2,7	2,7	2,7	2,0
Objednávek celkem (ks)	596,7	596,7	596,7	596,7	442
Φ hodnota objednávky (Kč)	3 509 Kč	3 509 Kč	7 000 Kč	3 509 Kč	3 509 Kč
Φ denní tržba (Kč)	9 474 Kč	9 474 Kč	18 900 Kč	9 474 Kč	7 018 Kč
Φ marže v %	100	150	200	80	100
Výnosy v Kč					
Tržby z prodeje:	2 093 808 Kč	2 093 808 Kč	4 176 900 Kč	2 093 808 Kč	1 550 969 Kč
Náklady v Kč					
Fixní náklady	1 046 916	1 046 916	1 046 916	1 046 916	1 046 916
Variabilní náklady	1 046 892	837 523	1 392 300	1 163 227	775 484
Náklady celkem:	2 093 808	1 884 439	2 439 216	2 210 143	1 822 400
EBIT:	0	209 369	1 737 684	-116 335	-271 432

Zdroj: vlastní zpracování

5.5 RIZIKA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Tab.5.9 Rizika

Seznam potencionálních rizik			
Popis rizika	Dopad	Opatření I	Opatření II
Podnikatelský plán			
Příliš optimistické výhlídky záměru	5	Opuštění záměru	Tvorba finančních rezerv
Překročení nákladů	4	Tvorba finančních rezerv, hledání úspor	Nezávislý poradce
Management - zaměstnanci			
Spory v oblasti pracovních činností	3-4	Stanovení hlavního zástupce	Změna v organizační struktuře - pouze externí spolupráce
Neakceptování vývoje firmy	3-4	Opuštění záměru	Společnost ponechána pouze jednomu ze zakladatelů
Zákazníci			
Neakceptace kvality produktu	4-5	Změna dodavatele, hledání substitutu	Vyřazení z nabídky
Požadavky na inovace	3	Monitoring nabízených produktů dodavatelů	Reálná zjišťování předností produktu a jeho nové využití
Nepředpokládané vlastnosti produktu (zničení dílů apod.)	2	Pojištění odpovědnosti při podnikání	
Dodavatelé			
Neplnění termínu dodávek	3	Smluvní ošetření - penále	Změna dodavatele
Vysoká cena dopravného	3	Vlastní dopravce (Toptrans apod.)	
Makrookolí			
Změna legislativních požadavků	3	Monitoring makrookolí	Pravidelné vzdělávání - kurzy, sebevzdělávání

Zdroj: vlastní zpracování

6. ZÁVĚR

Podnikatelský plán v listinné podobě je všeobecně vnímán pouze jako podklad pro jednání s finančními institucemi při jednání o úvěru. Málokterý podnikatel v naší zemi mu přiřazuje důležitost a přitom paradoxně právě dobře vypracovaný podnikatelský plán, může být nástrojem, který ve stresové situaci připomene to, kam chci jít, čeho dosáhnout a hlavně jak toho chci dosáhnout.

Cílem této práce bylo zpracování podnikatelského záměru pro založení firmy v oblasti autoopravárenství, tak aby jej v případě realizace bylo možno využít jako řídicí dokument, alespoň pro zde popisovanou první fázi. Domnívám se, že tento cíl se podařilo splnit a tento dokument může být použit v případě zájmu pro reálné podnikatelské účely.

První kapitulu tvoří úvod, který je následován kapitolou vymezení teoretických východisek tvorby podnikatelského záměru, kde jsou vysvětleny pojmy používané při realizaci podnikatelského plánu.

Třetí samostatnou kapitolu tvoří popsání konkrétní podnikatelské příležitosti, tedy záměru pro založení firmy v oblasti autoopravárenství se zaměřením na zásobovací činnost. Ve čtvrté části byla provedena strategická analýza. Pro zkoumání makroprostředí byla provedena PEST analýza a pro zkoumání mikroprostředí SWOT analýza.

Samotné vypracování podnikatelského záměru bylo realizováno v páté kapitole této práce na základě praktických postupů a připomínek uvedených v knize Jitky Srpové Podnikatelský plán a strategie. První pododdíly patřily představení společnosti, její formě a byli zde představeni důležití lidé, jejich přínos pro společnost a současně byl popsán postup při založení společnosti. Dále pak byly popsány nabízené produkty a služby, reálné vymezení trhu, popis konkurenčního prostředí, dodavatelů, zákazníků a propagace. Nejdůležitější částí této kapitoly ale byl finanční plán, který obsahuje počáteční rozvahu, zabývá se účtováním dlouhodobého majetku, vyplácením mezd a stanovením bodu zvratu. Posledními podkapitolami kapitoly pět byl výhled hospodaření společnosti včetně nastínění reálných, optimistických a pesimistických variant a analýza rizik kde jsou vymezeny jednotlivá rizika a k nim jasně konkretizovány postupy reakcí na ně.

Společnosti i-trade, s.r.o. v případě realizace hrozí hned několik zásadních rizik. Jedním z nejzávažnějších rizik je to, že nastíněná reálná varianta je příliš optimistická a společnost nebude dosahovat dostatečného obrátu pro pokrytí nákladů. Toto riziko je zesíleno tím, že při vstupu na trh nebudou mít zakladatelé k dispozici zcela ověřený sortiment a zákazníci jej nemusí akceptovat.

Dalším zásadním rizikem se jeví podhodnocení nákladů při vstupu na trh. Za vysoce ohrožující riziko je pro firmu také spor zakladatelů a jejich rozdílný pohled na vývoj společnosti. PEST analýza navíc poodhalila legislativní náročnost zkoumaného projektu. Při zkoumání konkurence bylo zjištěno, že v daném segmentu, s podobným sortimentem a stejnou prodejní taktikou pohybují hlavně kapitálově silné nadnárodní společnosti, mnohdy provázány do jednoho koncernu.

Nicméně i přes všechna otevřeně popsaná rizika, má tento projekt dle propočtů a reálných odhadů šanci uspět. Je ovšem potřeba zvolit dobrou inovační politiku v oblasti výběru nabízených produktů. Dobře nastavit personální politiku včetně ujasnění si rolí mezi zakladateli a hledat nové cesty distribuce a budovat dobré jméno značky i-trade, s.r.o.

Zakladatele věří, že jejich ochota se vzdělávat, životní optimismus, flexibilita, tah na branku a to že si plně uvědomují, že za každým úspěchem stojí lidé, bude přínosem a společnosti se v první fázi podaří etablovat na trh.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Odborná literatura

- 1) SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
- 2) TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2014. 275 s. ISBN 978-80-7400-507-7.
- 3) VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
- 4) KOTLER, Philip. *Marketing v otázkách a odpovědích*. 1. vyd. Brno: CP Books, 2005, 130 s. ISBN 80-251-0518-0.
- 5) TIMMONS, Jeffry A a Stephen SPINELLI. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. 6th ed. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2004, ISBN 0072498404.
- 6) SCHINDLEROVÁ, Vladimíra. *Podnikatelský záměr: učební text*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita, 2012, 220 s. ISBN 978-80-248-2774-2.
- 7) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: [strategie a trendy]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- 8) SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- 9) STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- 10) SLAVÍK, Jakub. *Marketing a strategické řízení ve veřejných službách*. 1 vyd. Praha: Grada, 2014. 192 s. ISBN 978-80-247-4819-1
- 11) KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

Elektronické zdroje

- 12) EUR-LEX – PŘÍSTUP K PRÁVU EVROPSKÉ UNIE [online] .2015
[cit. 2015-04-20]. Dostupné z:
<http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:32008R1272&rid=9>

Zákony a směrnice

- 13) Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník
- 14) Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)
- 15) Zákon č. 586/1992 Sb., zákon České národní rady o daních z příjmů.
- 16) Zákon č. 563/1991 Sb., zákon o účetnictví.
- 17) Předpis č. 500/2002 Sb., vyhláška, kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů,
- 18) Zákon č. 16/1993 Sb., zákon České národní rady o dani silniční
- 19) Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce
- 20) Zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitosti a ve znění pozdějších předpisů.
- 21) Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty.
- 22) Zákon č. 350/2011 Sb. Zákon o chemických látkách a chemických směsích a o změně některých zákonů (chemický zákon)
- 23) Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1272/2008 o klasifikaci, označování a balení látek a směsí, o změně a zrušení směrnic 67/548/EHS a 1999/45/ES a o změně nařízení (ES) č. 1907/2006
- 24) Nařízení komise (EU) č. 453/2010 kterým se mění nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006 o registraci, hodnocení, povolování a omezování chemických látek (REACH)
- 25) Nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006 o registraci, hodnocení, povolování a omezování chemických látek (REACH).
- 26) Zákon č. 185/2001 Sb., zákon o odpadech a o změně některých dalších zákonů
- 27) Zákon č. 477/2001 Sb., zákon o obalech a o změně některých zákonů (zákon o obalech)
- 28) Zákonem č. 59/2006 Sb., zákon o prevenci závažných havárií způsobených vybranými nebezpečnými chemickými látkami nebo chemickými přípravky a o změně zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 320/2002 Sb., o změně a zrušení některých zákonů v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů, ve znění pozdějších předpisů (zákon o prevenci závažných havárií).

SEZNAM ZKRATEK

ČIŽP	Česká inspekce životního prostředí
ČMZRB	Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.
ČR	Česká republika
ČSSZ	Česká správa sociálního zabezpečení
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	Daň z přidané hodnoty
EBIT	Výsledek hospodaření před zdaněním
EPS	Výnos akcií
ES	Evropské společenství
EU	Evropská Unie
FO	Fyzická osoba
FÚ	Finanční úřad
HDP	Hrubý domácí produkt
IČ	Identifikační číslo
MSP	Malé a střední podnikání
MZČR	Ministerstvo zdravotnictví České republiky
OZ	Obchodní zástupce
REACH	Registrace, evaluace (hodnocení), autorizace (povolení) a omezování chemických látek
ROE	Rentabilita vlastního kapitálu
ROI	Návratnost investice
VTP	Vědeckotechnické parky

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Obrázek 4.1	Graf vývoje mezd v podnikatelské sféře
Obrázek 4.2	Využití komplexní analýzy pro SWOT analýzu
Obrázek 5.1	Místo podnikání
Obrázek 5.2	Teritorium první fáze
Obrázek 5.3	Vlastní etiketa
Tabulka 3.1	Odhadovaná prvotní investice
Tabulka 4.1	SWOT analýza
Tabulka 5.1	Podíly a vklady
Tabulka 5.2	Přehled marží
Tabulka 5.3	Přehled cen poskytovaných služeb
Tabulka 5.4	Počáteční rozvaha
Tabulka 5.5	Odpisy DHM – osobní automobil
Tabulka 5.6	Mzdy – první fáze
Tabulka 5.7	Přehled fixních nákladů
Tabulka 5.8	Plánovaný Výkaz zisku a ztráty
Tabulka 5.9	Rizika

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7.května 2015



Petr Imrich

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 Podnikatelský účet FIO banka, a.s.

Příloha č. 2 Bezpečnostní list

Příloha č. 1 – Podnikatelský účet FIO banka, a.s.

Fio podnikatelský účet

Pro podnikatele, živnostníky a firmy nabízí Fio banka běžné bankovní účty za stejných podmínek jako pro fyzické osoby. Podnikatelské účty Fio oceníte zejména díky množství operací, které můžete provádět zdarma bez jakýchkoliv omezení a dalším službám, mezi které patří například způsob nastavení oprávnění k účtu prostřednictvím internetového bankovníctví, případně převodům peněz připisovaných online ve všech měnách zdarma v rámci Fio banky a Fio banky, pobočky zahraniční banky na Slovensku. **Proč platit za každou transakci, když existuje banka, která zbytečné poplatky nevybírá?**

Zdarma lze otevřít podnikatelský účet v českých korunách a 14 světových měnách: AUD, CAD, DKK, EUR, GBP, HRK, HUF, CHF, JPY, NOK, PLN, RUB, SEK, USD.

Výhody k podnikatelskému účtu ZDARMA!

- ▶ Založení, vedení i zrušení účtu
- ▶ Přehledný [Internetbanking](#)
- ▶ [Smartbanking](#) pro Android, iOS a Windows Phone
- ▶ [API Bankovníctví](#) a aplikaci [Fio API Plus](#)
- ▶ Příchozí i odchozí [platby v rámci Fio banky](#)
- ▶ Příchozí i odchozí [platby v Kč v rámci ČR](#)
- ▶ Příchozí [platby v € ze Slovenska](#)
- ▶ Odchozí [platby v € na Slovensko](#)
- ▶ 10 výběrů měsíčně z bankomatů Fio banky
- ▶ [Až 5 výběrů měsíčně z ostatních bankomatů](#) na území ČR
- ▶ Založení, změna, provedení a zrušení trvalých příkazů, inkas i SIPO
- ▶ Oprávnění k účtu je možné kdykoliv nastavit i změnit v [Internetbankingu](#)
- ▶ Bezkontaktní karta [MasterCard Debit PayPass](#)
- ▶ Platební karta pro další osobu
- ▶ Výběr hotovosti nad 1000 Kč na pobočce
- ▶ Vklad hotovosti v Kč na pobočce
(provedený majitelem nebo oprávněnou osobou k účtu).

Náš podnikatelský účet se stal v roce 2015 počtvrté nejlepším podnikatelským účtem v Ceně podnikatelů v soutěži Zlatá koruna.



Další výhody Fio podnikatelského účtu

- ▶ Příchozí i odchozí [Europlatby](#) za pouhých 20 Kč
- ▶ [Platby v ostatních cizích měnách](#) za výhodných podmínek!
- ▶ Účet si můžete otevřít **až v 15ti světových měnách**
- ▶ K dispozici platební karty [MasterCard Business PayPass](#) a [VISA Business payWave](#)
- ▶ Převody mezi účty u Fio banky provádíme **online a zdarma!**
- ▶ Převody mezi účty u Fio banky v ČR a pobočky Fio banky na Slovensku provádíme rovněž **online a zdarma!**

Příloha č. 2 – Bezpečnostní list



BEZPEČNOSTNÍ LIST

Strana 1 z 7

dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006, ve znění Nařízení Komise (EU) č. 453/2010

Název výrobku:	TEFLOIL	Datum vydání:	8.6.2015	Revize č.:	
ODDÍL 1: Identifikace látky/směsi a společnosti/podniku					
1.1	Identifikátor výrobku				
	Název výrobku:	TEFLOIL			
		obsahuje: Destiláty (ropné), hydrogenované těžké parafinické, Poly(tetrafluoroetylen), propen.			
	Číslo výrobku:	S.300006.01 číslo výrobce; (21 010-XXX = Romana Imrichová, XXX= balení)			
	Látka/směs	směs			
	Další názvy směsí:	Universal oil with PTFE			
	Identifikační číslo:	Neuvedeno směs			
	Registrační číslo:	Neuvedeno směs			
1.2.	Přelůžné určení použití látky nebo směsi a nedoporučené použití:				
	Určení použití:	mezivá/ pouze pro profesionální použití			
	Nedoporučené použití:	nejsou známy			
1.3.	Podrobné údaje o dodavateli bezpečnostního listu:				
	Identifikace výrobce / dodavatele:				
	Výrobce:	ATRIN Jerzy Król			
	Místo podnikání:	44-207 Rybník-Ochojec, ul. Rybnická 11			
	Telefon:	+48 32 2369-967			
	Odborně způsobilá osoba:	aleksandra.kolek@atrin.pl			
	Dodavatel:	I-trade, s.r.o.			
	Místo podnikání:	Ostravská 111, CZ - 739 26 Sviadnov			
	Telefon:	(+420) 737 121 348			
	Provozovna:				
	Odborně způsobilá osoba:	info@i-trade.cz			
1.4.	Telefonní číslo pro naléhavé situace:				
	Toxicologické informační středisko	(+420) 224 919 293, (+420) 224 915 402 (24h.)			
	Informace pouze pro zdravotní rizika – akutní otravy lidí a zvířat.				

ODDÍL 2: Identifikace nebezpečí:			
2.1 Klasifikace směsi			
Celková klasifikace směsi	Je klasifikována jako nebezpečná.		
Nebezpečné účinky na zdraví:	Nemá klasifikování.		
Nebezpečné účinky na životní prostředí:	Nemá klasifikování.		
Fyzikálně-chemické účinky:	Klasifikována jako extrémně hořlavá.		
Klasifikace dle 1272/2008	Kódy, třídy a kategorie nebezpečnosti	H-věty	
	Aerosol 1	H222	
Klasifikace dle 67/648/EHS	Klasifikace	R-věty	
	F+	R12	

Plné znění R-vět a H-vět je uvedeno v oddílu 16.

2.2 Prvky označení:

Výstražný symbol nebezpečnosti:



Signální slovo

Nebezpečí

H-věty

H222

Extrémně hořlavý aerosol.

H228

Nedobře je pod tlakem: při zahřívání se může roztrhnout.

P-věty

P260

Nevdechujte aerosoly.

P271

Používejte pouze venku nebo v dobře větraných prostorách.

P210 Chraňte před teplem, horkými povrchy, jiskrami, otevřeným ohněm a jinými zdroji zapálení. Zákaz kouření. P211 Nestříkajte do otevřeného ohně nebo jiných zdrojů zapálení. P251 Nepropichujte nebo nespálujte ani po použití. P410-P412 Chraňte před slunečním zářením. Nevystavujte teplotě přesahující 50 °C/ 122 °F.

2.3 Další nebezpečí

Jednotlivé složky směsi nebyly v době sestavování bezpečnostního listu hodnoceny jako PBT nebo vPvB.

Příloha č. 2 – Bezpečnostní list



BEZPEČNOSTNÍ LIST

Strana 2 z 7

dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006, ve znění Nařízení Komise (EU) č. 453/2010

Název výrobku: TEFLON

Datum vydání: 8.5.2015

Revize č.:

ODDÍL 3: Složení/informace o složkách

3.1 Látky

Jde o směs.

3.2 Směsi

Nebezpečné složky

			Klasifikace CLP			
Identifikační číslo	Název látky	Obsah v % (hmotnostní směs)	Klasifikace 07/04/09	Kód HfD a kategorií nebezpečnosti	EUH	Pictogram
Index: 84742-82-1 CAS: 84742-84-7 E9: 286-187-1 reg./látko: neuváděno	Destiláty (ropné), hydrogenované látky parafinické	<45	Carc. Cat. 2; R45	Carc. 1B H350		L
Index: není CAS: 9002-84-0 E9: neuváděno reg./látko: 01-2110473881-33-xxxx	Poly(tetrafluoromethylen)	<9	Xi; R36/37/38	Eye Irrit. 2 H319; STOT SE 3 H335; Skin Irrit. 2 H315		
Index: 801-003-00-5 CAS: 74-89-8 E9: 200-827-8 reg./látko: neuváděno	propan	<90	F+; R12	Press. Gas H280; Flam. Gas 1 H220		U
Index: 801-004-00-0 CAS: 106-97-8 E9: 203-446-7 reg./látko: neuváděno	butan	<90	F+; R12	Press. Gas H280; Flam. Gas H220		U.C
Index: 801-004-00-0 CAS: 75-28-5 E9: 200-857-2 reg./látko: neuváděno	isobutan	<90	F+; R12	Press. Gas H280; Flam. Gas 1 H220		U.C
Index: 801-013-00-X CAS: 106-98-0 E9: 203-450-8 reg./látko: neuváděno	1,3-butadien	<0,1	F+; R12 Carc. Cat. 1; R45 Muta Cat. 2; R46	Press. Gas, Flam. Gas 1 H220; Muta. 1B H340; Carc. 1A H350		U.C END

Žádné z výše uvedených látek nebyly v době sestavování tohoto bezpečnostního listu zapsány na seznamu látek vzbuzujících mimořádné obavy (SVHC seznam.)

Vysvětlivky k poznámkám

L	Klasifikace jako karcinogen není povinná, jestliže lze prokázat, že látka obsahuje méně než 3% DMSO extraktu podle IP 346 *Stanovení polycyklických aromatických látek v nepoužitých mazacích olejích a ropných frakcích bez acetalátu - dimethylsulfidového extraktu metodou retrakčního Indexu *Institut Petroleum, Londýn. Tato poznámka se vztahuje pouze na některé složité látky odvozené z ropy uvedené v části 3.
---	--

obsahuje >3% DMSO extraktu

Plné znění R-vět a H-vět je uvedeno v oddíle 16

ODDÍL 4: Pokyny pro první pomoc

4.1 Popis první pomoci:

Seznamte se s bezpečnostním listem, popřípadě ho ukažte lékaři. Při stavech ohrožujících život nejdříve provádějte resuscitaci postiženého a zajistěte lékařskou pomoc. Při zástavě dechu - okamžitě provádějte umělé dýchání. Při zástavě srdce - okamžitě provádějte nepřímou masáž srdce. Je-li postižený v bezvědomí, nebo má křeče nepodávat tekutiny a nevyvolávat zvracení. Při bezvědomí dejte postiženého do stabilizované polohy na boku s mírně zakloněnou hlavou. Zvrací-li postižený sám, obraťte se na to, aby nedošlo k vdechnutí zvrátka. Nenechte postiženého prochladnout. Vždy myslíte na vlastní bezpečnost!

**BEZPEČNOSTNÍ LIST**

Strana 3 z 7

dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1807/2006, ve znění Nařízení Komise (EU) č. 453/2010

Název výrobku:	TEFLQIL	Datum vydání:	8.5.2015	Revize č.:
Při nadýchání: okamžitě přerušte expozici, dopravte postiženého na čerstvý vzduch (sundejte kontaminovaný oděv) zajistěte postiženého proti prochlazení. V případě přetrvávajících obtíží zajistěte lékařské ošetření.				
Při styku s kůží: odložte postižený oděv omyjte postižené místo velkým množstvím pokud možno vlažné vody pokud nedošlo k poranění pokožky, je možné použít mýdlo, mýdlový roztok nebo šampon v případě přetrvávajících obtíží zajistěte lékařské ošetření.				
Při zasažení očí: Ihned vyplachujte oči proudem tekoucí vody, rozsvěťte oční víčka (třeba i náeřím); pokud má postižený kontaktní čočky, neprodleně je vyměňte vyplach provádějte nejméně 10 minut zajistěte lékařské, pokud možno odborné ošetření.				
Při požití: NEVYVOLÁVEJTE ZVRACENÍ! Pokud postižený zvrací, dbejte aby nevdechl zvrátky. V případě obtíží zajistěte lékařské ošetření.				
4.2 Nejzávažnější akutní a opožděné symptomy a účinky Vdechnutí: Další informace neposkytnuty výrobcem Kontakt s kůží: Další informace neposkytnuty výrobcem Kontakt s očima: Další informace neposkytnuty výrobcem Při požití: Aerosol, tato cesta expozice není možná.				
4.3 Polym týkající se okamžité lékařské pomoci a zvláštního ošetření Speciální prostředky léčby nejsou určeny. Léčba je symptomatická.				

ODDÍL 5: Opatření pro hašení požáru

- 5.1 Hasiče**
Vhodné hasiče: CO₂, vodní mlha, suchý prášek, pěna odolná alkoholu,
Vždy přizpůsobit podmínkám okolí
Nevhodné hasiče: plný proud vody,
5.2 Zvláštní nebezpečnost vyplývající z látky nebo směsi
Extrémně hořlavý aerosol - nádoba je pod tlakem, při zahřívání se může roztrhnout. Nevdechujte a to ani vedlejší produkty hoření. Vdechování nebezpečných rozkladných produktů může způsobit poškození zdraví.
5.3 Postup pro hasiče
Běžný ochranný oděv pro hasiče, izolační dýchací přístroj. Pokud je to možné z bezpečnostních důvodů, odstraňte neporušené obaly z dosahu ohně. Ohrožené kontejnery chlaďte vodou. Kontaminované hasiče nenechte uniknout do povrchových, spodních vod ani do kanalizace.

ODDÍL 6: Opatření v případě náhodného úniku

- 6.1 Opatření na ochranu osob, ochranné prostředky a nouzové postupy**
Nevdechovat výpary produktu. Dodržovat běžné pracovní a hygienické předpisy. Zabránit vstupu nepovolených osob a kolemjdoucích. S materiálem může naložit pouze vyškolená osoba seznámená s informacemi z bezpečnostního listu a vybavená příslušnými ochrannými pomůckami (viz. oddíl 8). Zajistit dostatečné větrání. Odstranit všechny zdroje zapálení - Nekuřit!
6.2 Opatření na ochranu životního prostředí
Zabraňte kontaminaci životního prostředí a úniku do povrchních, spodních vod a kanalizačního systému. (Např. pomocí absorpčního materiálu, či kanalizační ucpávky)
6.3 Metody a materiály pro omezení úniku a pro čištění
Případnou uniklou náplň zachyťte absorpčním materiálem vázající m kapaliny (např. písek). Tento materiál poté vložte do vhodného kontejneru a likvidujte v souladu se zákonem o odpadech v platném znění.
6.4 Odkaz na jiné oddíly
viz oddíl 7 a 8

ODDÍL 7: Zacházení a skladování

- 7.1 Opatření pro bezpečné zacházení:**
Zajistěte vhodné větrání/odsávání pracovního tak, aby nebyly překračovány nejvyšší přípustné limity PEL a NPK-P pro pracovní ovzduší. Používejte ochranné pracovní pomůcky viz oddíl. Zabraňte kontaktu s očima. Před prací, jídlem, pitím a kouřením si si umyjte ruce vodou a mýdlem. Zabraňte úniku přípravku do životního prostředí. Dbejte na platné právní předpisy o bezpečnosti a ochraně zdraví. Seznamte se a dodržujte pokyny z etikety. Používejte v místech, kde nepřichází do styku s otevřeným ohněm a jinými zápalnými zdroji. Proveďte preventivní opatření proti výbojům statické elektřiny. Nekuřit!
7.2 Podmínky pro bezpečné skladování látek a směsí včetně neslučitelných látek a směsí
Uchovávat mimo dosah dětí. Neskladovat společně s potravinami, léky a nápoji. Uchovávat v místech kde nepřichází do styku s otevřeným ohněm, zápalnými zdroji, přímým slunečním zářením a teplotami nad 60°C. Skladujte na suchém, dobře větraném místě.
7.3 Specifická konečná / specifická konečná použití
viz. Oddíl 1

Příloha č. 2 – Bezpečnostní list



BEZPEČNOSTNÍ LIST

Strana 4 z 7

dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006, ve znění Nařízení Komise (EU) č. 453/2010

Název výrobku: TEFLON Datum vydání: 6.5.2015 Revize č.:

ODDÍL 8: Omezení expozice/osobní ochranné prostředky

8.1 Kontrolní parametry

Expozční limity podle nařízení vlády č. 361/2007 sb.: nestanoveny

CAS	Chemický název látky	ES	Nejvyšší povolené koncentrace v ovzduší (mg/m ³)	
			PEL mg/m ³	NPK-P mg/m ³
106-99-0	1,3-butadien	203-480-8	10	20

Ve špatně větráných prostorech, nebo jsou-li překračovány hodnoty PEL a NPK-P použijte vhodnou ochranu dýchacích orgánů. Věnujte pozornost výběru vhodných respiračních/fyzikálních přístrojů. Dbejte konkrétního doporučení výrobce pomůcek k ochraně dýchacích cest a ohledem na klasifikaci směsí a složky směsí uvedené v bodě 3.2 tohoto bezpečnostního listu.

Ochrana očí a obličejů:

Věnujte pozornost výběru vhodných ochranných brýlí/obličejového štítu. Dbejte konkrétního doporučení výrobce pomůcek k ochraně očí a ohledem na klasifikaci směsí a složky směsí uvedené v bodě 3.2 tohoto bezpečnostního listu.

Ochrana rukou a kláves:

Věnujte pozornost výběru vhodných rukavic (propustnosti, tloušťce materiálu, odolnosti proti proražení.) Dbejte konkrétního doporučení výrobce pomůcek k ochraně kůže a ohledem na klasifikaci směsí a složky směsí uvedené v bodě 3.2 tohoto bezpečnostního listu. Ochrana těla: Při znečištění pokožky ji důkladně omyjte vodou. Používejte běžný pracovní oděv. V prostorech s nebezpečím výbuchu použijte antistatický ochranný pracovní oděv dle ČSN EN ISO 6529 a pracovní obuv antistatickou dle ČSN EN ISO 20348.

Ochrana expozice životního prostředí:

Dodržujte obvyklá opatření na ochranu životního prostředí.

ODDÍL 9: Fyzikální a chemické vlastnosti

9.1 Informace o základních fyzikálních a chemických vlastnostech.

Vzhled:	aerosol/čirý
Zápach:	charakteristický
Prahová hodnota zápachu:	Není relevantní
pH:	Nedá se použít
Bod tání/bod tuhnutí:	Nedá se použít - jde o aerosol
Počáteční bod varu a rozmezí varu:	Nedá se použít - jde o aerosol
Bod vzplanutí:	Nedá se použít - jde o aerosol
Rychlost odpařování:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
Holtevisť (pevné látky, plyny):	Extrémně holtevisť
Máze výbušnosti dolní-horní mez:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
Tlak páry:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
Relativní hustota par:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
Relativní hustota:	860 g/l
Rozpustnost ve vodě:	Nerozpustný
Rozdělovací koeficient n-octanol/voda:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
Teplota samozápalení:	Není samozápalný
Viskozita:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
Výbušná vlastnost:	Není výbušný. Se vzduchem však mohou vznikat výbušné směsi par.
Oxidační vlastnost:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem

9.2 Další informace:

Obsah organických rozpouštědel (%):	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
VOC (EU):	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem
VOC ve stavu připraveném k použití:	Nauvedeno - informace neposkytnuty výrobcem

ODDÍL 10: Stabilita a reaktivita

10.1 Stabilita

Za běžných podmínek stabilní.

10.2 Chemická stabilita

Za běžných podmínek stabilní.

10.3 Možnost nebezpečných reakcí

Chraňte před teplotami nad 60°C a slunečním zářením |

10.4 Podmínky, kterým je třeba zabránit

Intenzivní zahřívání |

10.5 Nebezpečné materiály

viz. 10.3

10.6 Nebezpečné produkty rozkladu

Při požáru mohou vznikat nebezpečné plyny a výpary (CO₂, dým)

**BEZPEČNOSTNÍ LIST**

Strana 5 z 7

dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1807/2006, ve znění Nařízení Komise (EU) č. 453/2010

Název výrobku: TEFLON Datum vydání: 6.5.2015 Revize č.:

ODDÍL 11: Toxikologické informace**11.1 Informace o toxikologických účincích****a) akutní toxicita**

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

akutní toxicita složek směsi:

CAS	Chemický název látky	typ testu, cesta expozice, výsledek, organismus
106-99-0	1,3-butadien	LD 50 (orální): 5480 mg/kg bw krysa
		LC50 (inhalační): 285 mg/L (4h) krysa - plyn
84742-54-7	Destiláty (ropné), hydrogenované těžké parafinické	LD 50 (orální): >6000 mg/kg bw krysa
		LC50 (inhalační): 2.18 mg/L (4h) krysa - aerosol
		LD50 (dermální): >2000 mg/kg bw králik

b) Žravost/dráždivost pro kůži

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

c) Vážné poškození očí/podráždění očí

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

d) Senzibilizace dýchacích cest/senzibilizace kůže

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

e) Mutagenita v zárodečných buňkách

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

f) Karcinogenita

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

g) Toxicita pro reprodukci

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

h) Toxicita pro specifické cílové orgány - jednorázové expozice

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

i) Toxicita pro specifické cílové orgány - opakovaná expozice

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

j) Nebezpečnost při vdechování

Na základě dostupných údajů nejsou kritéria pro klasifikaci splněna.

ODDÍL 12: Ekologické informace**12.1 Ekototoxicita:**

Není klasifikována jako toxická pro vodní organismy.

12.2 Perzistence a rozložitelnost:

Údaje nejsou k dispozici. Ke dni vyhotovení tohoto listu, nebyly známy údaje z testování ani jiného posouzení.

12.3 Bioakumulační potenciál:

Údaje nejsou k dispozici. Ke dni vyhotovení tohoto listu, nebyly známy údaje z testování ani jiného posouzení.

12.4 Mobilita v půdě:

Údaje nejsou k dispozici. Ke dni vyhotovení tohoto listu, nebyly známy údaje z testování ani jiného posouzení.

12.6 Výsledky posouzení PBT a VPvB:

Jednotlivé složky směsi nebyly v době sestavování bezpečnostního listu hodnoceny jako PBT nebo VPvB.

12.6 Jiné nepříznivé účinky:

Nepoužívá se do půdy, spodních a povrchových vod a kanalizace.

ODDÍL 13: Pokyny pro odstraňování**13.1 Metody nakládání s odpady****a) Vhodné metody pro odstraňování látky nebo směsi a značení obalu:**

Značený odpad, včetně identifikačního listu nebezpečného odpadu předat firmě, která má oprávnění k likvidaci tohoto odpadu podle zákona o odpadech a s kterou má firma sjednanou smlouvu.

b) Fyzikální / chemické vlastnosti, které mohou ovlivnit způsob nakládání s odpady

Pozor! Může obsahovat zbytky extrémně hořlavých látek/par.

c) Zamezení odstranění odpadů prostřednictvím kanalizace

Nepoužívá se do kanalizace

d) Zvláštní bezpečnostní opatření pro nakládání s odpady:

Nejsou uvedeny

Příloha č. 2 – Bezpečnostní list



BEZPEČNOSTNÍ LIST

Strana 6 z 7

dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006, ve znění Nařízení Komise (EU) č. 453/2010

Název výrobku:	TEFLQIL	Datum vydání:	8.5.2015	Revize č.:
ODDÍL 14: Informace pro přepravu				

14.1 UN číslo: UN 1950

14.2 Náležitý název UN pro zápis

Pozemní přeprava ADR:	AEROSOLY, hořlavé
Pozemní přeprava RID:	AEROSOLY, hořlavé
Námorní přeprava IMDG:	nepředpokládá se
Letecká přeprava ICAO/IATA:	nepředpokládá se

14.3 Třída/třídy nebezpečnosti pro přepravu

Pozemní přeprava ADR:	Pozemní přeprava RID:	Námorní přeprava IMDG:	Letecká přeprava ICAO/IATA:
2	2	nepředpokládá se	nepředpokládá se

Klasifikace

Pozemní přeprava ADR:	Pozemní přeprava RID:
5F	5F



14.4 Obalová skupina

Pozemní přeprava ADR:	Pozemní přeprava RID:	Námorní přeprava IMDG:	Letecká přeprava ICAO/IATA:
Nauvedeno	Nauvedeno	nepředpokládá se	nepředpokládá se

Výstražná tabule (Kamión)

Pozemní přeprava ADR:

Bezpečnostní značka

Pozemní přeprava ADR:	Pozemní přeprava RID:	Námorní přeprava IMDG:	Letecká přeprava ICAO/IATA:
2.1	2.1	nepředpokládá se	nepředpokládá se
			

Poznámka

14.5 Nebezpečnost pro životní prostředí
Není nebezpečným zbožím při přepravě

14.6 Zvláštní bezpečnostní opatření pro uživatele

Nepřepravujte ve vozidle, které nemá oddělený nákladový prostor od prostoru řidiče. Ujistěte se, že řidič vozidla si je vědom možných nebezpečí souvisejících s nákladem a ví, jak postupovat v případě nehody nebo nebezpečí.

ODDÍL 15: Informace o předpisech

15.1 Nařízení týkající se bezpečnosti, zdraví a životního prostředí / specifické právní předpisy týkající se látek nebo směsí

Zákon 350/2011 Sb., o chemických látkách a chemických přípravcích a o změně některých zákonů, v platném znění.

Prováděcí předpisy k tomuto zákonu v platném znění

Nařízení ES 1907/2006 (REACH)

Nařízení ES 1272/2008 (CLP)

Nařízení ES 453/2010

15.2 Posouzení chemické bezpečnosti

Nabýlo provedeno

ODDÍL 16: Další informace

a) Změny provedené v bezpečnostním listu v rámci revize:

Datum vydání bezpečnostního listu : viz.vrch stránky	Datum a číslo revize:
Historie revizí:	
Změny v BL:	

Příloha č. 2 – Bezpečnostní list 7/7



BEZPEČNOSTNÍ LIST

Strana 7 z 7

dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006, ve znění Nařízení Komise (EU) č. 453/2010

Název výrobku:

TEFLQIL

Datum vydání: 8.5.2015

Revize č.:

b) Kód, nebo legenda ke zkratkám

CAS	Jednoznačný numerický identifikátor používaný v chemii pro chemické látky
EINECS	Evropský seznam existujících obchodovaných chemických látek
CLP	Nařízení ES 1272/2008
REACH	Registrace, hodnocení a omezení chemických látek (Nařízení EP a Rady (ES) č.1907/2006)
ČSN	Česká technická norma
LD50	Konzentrace látky, při jejíž podání uhynie 50% sledovaného souboru.
LC50	Konzentrace látky při které uhynie (anižli růst, růstovou rychlost) 50% zkoumaného vzorku
MARPOL	Mezinárodní úmluva o zabránění znečišťování z lodí
PEL	Připustný expoziční limit chemické látky (nebo prachu) v pracovním ovzduší. (8hodin)
NPk-P	Najvyšší přípustná koncentrace chemické látky (nebo prachu) v pracovním ovzduší
PBT	Látka perzistentní, zároveň bioakumulující a zároveň toxická.
vPvB	Látka vysoce perzistentní a zároveň vysoce bioakumulující.
DNEL	Derived No Effect Level (odvozená koncentrace látky, při které nedochází k nepříznivým účinkům).
PNEC	Predicted No Effect Concentration (odhad koncentrace látky, při které nedochází k nepříznivým účinkům).

katégorie nebezpečnosti (ES)1272/2008

Carc. 1B	Karcinogenita, kat. 1b
Eye Irr. 2	Podráždění očí
STOT SE 3	Toxicita pro specifické cílové orgány - jednorázová expozice
Skin Irr. 2	Dráždivost pro kůži kategorie 2
Press. Gas (g)	Stlačený plyn
Flam. Gas 1	Hořlavý plyn, kat. 1
Muta. 1B	Mutagenita v zárodečných buňkách
Carc. 1A	Karcinogenita, kat. 1a

Klasifikace dle 67/348/EHS

Carc. Cat. 2	Karcinogenita kat.2
XI	Drážlivý
F+	Extrémně hořlavý
Carc. Cat. 1	Karcinogenita kat. 1
Muta. Cat. 2	Mutagenita kat.2

c) Důležité odkazy na literaturu a zdroje dat:

Informace zde uvedené vycházejí z našich nejlepších znalostí a současné legislativy. Bezpečnostní list by dále zpracován na podkladě originálu bezpečnostního listu poskytnutého výrobcem/dodavatelem.

d) Seznam příslušných standardních vět o nebezpečnosti:

H350	Může vyvolat rakovinu <uveďte cestu expozice, je-li převládavě prokázáno, že ostatní cesty expozice nejsou
H319	Způsobuje vážné podráždění očí.
H335	Může způsobit podráždění dýchacích cest.
H315	Dráždí kůži.
H280	Obsahuje plyn pod tlakem; při zahřívání může vybuchnout.
H220	Extrémně hořlavý plyn.
H340	Může vyvolat genetické poškození <uveďte cestu expozice, je-li převládavě prokázáno, že ostatní cesty expozice nejsou
R45	Může vyvolat rakovinu
R36/37/38	Dráždí oči, dýchací orgány a kůži
R12	Extrémně hořlavý
R48	Může vyvolat poškození dědičných vlastností

e) Pokyny pro školení: Běžné školení pro zacházení s chemickými látkami

Běžné školení pro zacházení s chemickými látkami

f) Další informace

Dle našich vědomostí jsou zde obsažené informace přesné. Všechny materiály mohou nést neznámé nebezpečí a měly by být používány s opatrností. Přestože jsou v tomto bezpečnostním listu popsány nám známe všechny rizika, nemůžeme zaručit, že jsme popsali všechna existující rizika v závislosti na konkrétní aplikaci. Před samotnou prací si proveďte test vhodnosti daného přípravku pro Vaši aplikaci. Určeno pouze pro profesionální uživatele.